

# **Reprezentarea violenței televizuale și protecția copilului**

Coordonatori:

**Ioan Drăgan**

**Poliana Ștefănescu**

**Alexandra Povară**

**Anca Velicu**

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**Reprezentarea violenței televizuale și protecția copilului / Ioan Drăgan**

(coord.), Poliana Ștefănescu (coord.), Alexandra Povară, Anca Velicu. -

București : Vanemonde, 2009

Bibliogr.

ISBN 978-974-1733-12-8

I. Drăgan, Ioan

II. Ștefănescu, Poliana

III. Povară, Alexandra

IV. Velicu, Anca

316.613.43

654.197

Tehnoredactare: Victoria Dumitrescu

DTP: Dan Glăvan

ISBN: 978-973-1733-12-8

Editura: **VANEMONDE**

Tel/Fax: 021-331.02.00

# C INTRODUCERE

*„Mă gândesc la comunicare ca  
la cel mai important  
proces narativ care ne  
guvernează relațiile unuia față  
de celălalt  
și față de lume.”*  
George Gerbner

*„Dacă vrei să folosești  
televizorul pentru a învăța ceva  
pe cineva, trebuie,  
mai întâi, să-l înveți  
pe acela cum să folosească  
televizorul.”*  
Umberto Eco

**S**tudiul efectelor violenței televizuale, mai ales asupra minorilor, nu poate fi separat de analiza conținuturilor programelor de televiziune. Tipologia efectelor media este complexă, iar factorii de condiționare a impactului mediatic sunt multipli. Cu siguranță însă, primul factor care trebuie luat în considerare este reprezentat de conținuturile programelor și interacțiunea variabilă a acestora cu receptorii, deoarece utilizarea mass media implică „crearea unor noi forme de acțiune și de interacțiune în lumea socială” (J. B. Thompson). Câteva precizări introductive, chiar și sumar formulate, sunt necesare pentru a motiva prioritatea analizei conținuturilor programelor și definirea tipurilor și formelor violenței televizuale.

Conform protocolului metodologic al „studiilor longitudinale” (cercetări continue și reluate la anumite intervale de timp), Centrul nostru a reiterat, la sfârșitul lui 2008 (pentru CNA) și la începutul lui 2009 (pentru UNICEF) proiectul lansat în premieră în România în 2004 (contract cu CNA) consacrat **măsurării violenței televizuale**, cuantificării și scenarizării / semnificării actelor de violență din programele principalelor canale de televiziune din România, publice și private, generaliste și tematice, pentru adulți și

pentru copii. A fost utilizată o metodologie standard, adaptată de autori specificului proiectului și contextului peisajului televizual românesc, măsurându-se ponderea violenței în programe după indicatorii clasici (stabiliți inițial de americanul George Gerbner) și evaluându-se intensitatea / semnificarea actelor de violență din emisiunile de informare, de ficțiune și de divertisment după metodele oferite de semiotică, de psihologia socială a agresivității, de studiile specializate în analiza imaginii, precum și de abordările semio-discursive (evaluarea violenței televizuale ca „acțiune discursivă”). Suita acestor cercetări – chiar dacă nu a existat o programare inițială conformă cu metodologia „studiilor longitudinale” – a permis comparații în timp între dozele de violență televizuală oferite publicului românesc și, mai ales, a modurilor de scenarizare a actelor de violență și a potențialului acestora de a influența mai cu seamă publicul minor. De asemenea, cum se va constata parcurgând rezultatele cercetărilor, pentru a face cât mai relevante datele măsurătorilor noastre, pe cât posibil s-a apelat și la unele comparații internaționale.

Dar acest volum este, în esență, o sinteză a studiului efectuat la cererea și cu finanțarea UNICEF, pe un corpus de programe TV din săptămâna 5-11 ianuarie 2009, corpus însumând 348 ore și 15 minute de programe (să precizăm că în studiile de acest gen, corpusul săptămânal de programe analizate reprezintă metodologic un interval standard). Evident, când resursele financiare și umane o permit, proiectele se extind la acoperirea de intervale săptămânale multiple. Reamintim că și primele cercetări efectuate de Centrul nostru în 2004, sub contract cu CNA, au acoperit, în două ediții, corpusuri bisăptămânale, prima fază a studiului efectuându-se în vara lui 2004, acoperindu-se 734 de ore de programe pe 11 canale TV, iar a doua în toamna aceluiași an (752 ore de program, în decursul a două săptămâni, 12 canale TV).

1. Studiul devine relevant dacă vom începe prin a spune că suntem încă prizonierii unei viziuni dihotomice asupra relațiilor dintre „lumea televizuală” și lumea zisă reală și a unei concepții reprezentationale asupra discursului mediatic. Un exemplu reprezentativ al perpetuării acestei viziuni dihotomice îl avem atunci când spunem, de pildă, că industria cinematografică de la Hollywood „ucide” ficțional circa 1000 de personaje pe zi. Iar, pe de altă parte, multe statistici criminologice ne spun că violența figurează între principalele cauze de deces la vârstele 15-44 ani (la originea a 14% din decesele populației de aceste vârste). Evident că nu ignorăm justificarea acestor cuantificări separate și paralele (statistici criminogene, pe de o parte și măsurători ale violenței mediatice, pe de altă parte), cu condiția să nu uităm că ambele dau seama de fenomene aparținând unui univers comun, deopotrivă simbolic și ontologic.

Această distincție care postulează două moduri de violentare aparte (unul mediatic și altul numit real), ignoră totuși o realitate mai profundă și anume aceea că în prezent, mai ales acela că cei care „cresc” cu televiziunea și NTIC, trăiesc, de fapt, într-un univers dual definibil ca univers „simbolic-realist” universalizat. Mai mult, copiii trăiesc mai ales într-o lume televizuală a adulților. Se uită că media nu sunt doar reprezentare a lumii și moduri de semnificare a faptelor, ci chiar universul real-simbolic la care ne raportăm existența. Uităm că lumea televizuală are forță de realitate, comportă un intrinsec „efect de realitate”, că în reprezentările și conținuturile televizualului ficționalul și realul sunt două fețe ale realității. De altfel, cercetările asupra opiniei și comunicării au demonstrat demult că oamenii se raportează la “lucruri” – fapte, indivizi, grupuri – în funcție de opiniile pe care le au despre acestea. Regăsim aici deopotrivă dimensiunea simbolică, rituală și cea pragmatică a comunicării și a realității: lumea este un „construct simbolic” structurat nu doar de date fizice, ci mai ales prin atribuirile de definiții și semnificații. De unde importanța radiografiei acestor conținuturi televizuale, cum sunt cele violente. Această radiografie ne spune cel mai pregnant și în ce fel de lume trăim, ne spune cât de violentă este lumea de azi, văzută ca o totalitate experimentală interactivă având deopotrivă atribute ontologice și simbolice. Mai mult, aceste evaluări ale conținuturilor televizuale au și o putere de anticipare: ne spun în ce lume vom trăi în viitor. Această înțelegere a comunicării ca dimensiune socio-acțională a lumii legitimează studierea conținuturilor programelor TV ca mod de construire a realității sociale și nu doar a puterii simbolice a media, precum și de formare a identității și personalității umane.

2. Impactul imaginilor televizuale, condiționat mai ales de ceea ce G. Comstock numea „relevanța psihologică” a stimulilor mediatici care rezultă din conjuncția a trei factori:

1. simpla prezență pe ecran;
2. contextul valorizării precumpănitor legitimize a datelor violenței mediatice mai ales sub aspectul consecințelor distructive pentru individ și pentru comunitate;
3. corespondența cu realitatea trăită - le conferă indivizilor o sursă de a trăi nemijlocit experiența violenței.

Concluzia este că, cu cât există o articulare mai logică, mai realistă și mai naturală a imaginilor violente, sexiste, obscene, cu atât percepția indivizilor asupra emisiunilor TV devine un fel de scenariu plauzibil, nu doar o ficțiune. Astfel, itinerariul experiențelor individului, mai ales minor, cu televiziunea, se poate transpune dintr-un scenariu simbolic, într-o trăire efectivă. Cu cât suita scenelor violente din programele TV este mai „realistă”, mai logică și mai naturală, cu atât crește probabilitatea (nu necesitatea însă) ca minorii să fie tentați a experimenta în practică astfel de comportamente vizionate. De aici a derivat importanța acordată în aceste studii, inclusiv în cel de față, construirii grilelor de analiză a contextelor de semnificare a actelor violente (luate ca amuzante, gratuite, terifiante, eroizante etc.).

3. Discursul televizual este construit, în principal, după o logică a seducției și captării, induse de logica pieții. A spune, reluându-l pe Herman Parret, că televiziunea nu este mincinoasă și nici manipuloare, în principiu, ci, pur și simplu, devastatoare pentru că este seducătoare. Iar violența este unul din ingredientele alimentării și susținerii acestei logici a comunicării televizuale: violența este chiar un summum al acestui discurs spectacular și senzațional. La televiziune, „copiii nu văd același lucru ca și voi” – mesajul unui clip de promovare și sensibilizare a părinților, operatorilor radio-TV și realizatorilor de programe la signalistica antiviolență din Franța: copiii și adolescenții nu au aceeași capacitate ca și adulții de a se distanța în raport cu anumite imagini, în special cu imaginile violente (dată fiind mai ales slaba lor capacitate de a face distincția dintre ficțiune și realitate). Nu putem uita că televiziunea are o uriașă putere de autentificare și deci de legitimare simbolică a tot ce se perindă pe micul ecran: îndeosebi cei care privesc mult la televizor au toate șansele să vadă lumea prin „ochelari televizuali” și chiar să-și situeze existența într-un mod neproblematic în acest univers amalgamat.

4. Studiile noastre despre violența televizuală iau în considerare nu doar amplificarea progresivă a violenței, ci și faptul că televiziunea ca spectacol al „dezordinii lumii” și ca „imperiu al răului” (St. Breton) este, prin natura sa tehnologică și comunicațională un media predispus la violentarea telespectatorului, funcționând intrinsec ca un „stimul de agresivitate”. Evident că acest potențial violent înscris în structura televizualității însăși, va fi valorizat tot mai intens odată cu trecerea, în anii '70 ai secolului XX, de la „paleoteleviziune” la „neoteleviziune” (U. Eco), odată cu acutizarea competiției dintre canale. Evoluția acesteia este comparabilă cu aceea a automobilului: chiar dacă, la început, viteza acestuia era de circa 20–25 km/h, automobilul purta de la început, în nuce, performanțele și excesele bolizilor din zilele noastre. La fel și televiziunea, avea înscrisă, în natura sa, ca medium, (McLuhan) potențialitățile unei comunicări încărcate de violență – de la ritmul producerii și derulării imaginilor (în ansamblu, acestea agresează cu izbucnirile specifice clipului și spotului publicitar), cu sonorități asurzitoare deseori, cu programe trepidante, amețitoare. Dispozitivul televizual, tehnologia, codurile narative și informaționale, modurile de scenarizare și de vizualizare senzaționale plasează televiziunea într-o logică a spectacularului îmbibat de violență care devine banală prin repetiție, atrăgătoare, prin suscitare emoțională, incitatoare prin magia puterii fără limite, naturală prin rezolvări de situații la îndemâna individului. Excesele violenței televizuale pot fi încadrate în categoria mai largă a „hipermodernității” (J. Baudrillard, G. Lipovetsky): mașini și instrumente hiperperformante, exerciții și produse care îi dau omului senzația de a accede la puteri aproape supranaturale. Magia hipermodernității ne învăluie din toate părțile lumii fizice, ale experiențelor umane, unindu-se cu cea a „societății riscului”. Jocurile de „vertij” ale televiziunii sunt o ilustrare a acestei tendințe devenită tot mai atrăgătoare, mai ales în mediile tineretului. Nu este atunci de mirare că televiziunea (împreună cu publicitatea) tinde să devină nu doar un simbol al hipermodernității, ci chiar încarnarea mediologică a unei mașinării infernale, un fel de exploziv mediatic fără precedent. A conștientiza această tendință, ținând de mediumul însuși, a-i evalua potențialul violent și poluant, a demonta mecanismele interne ale acumulării și expansiunii acestui exploziv, care atinge publicul la scară planetară – cu efecte încă neevaluate până la capăt – devine o obligație majoră pentru a limita această amenințare la adresa speciei umane, ca urmare a intrării în era hipertelevizualității. Teleaștii sunt ei înșiși nu doar promotorii și instrumentele acestui hiperstimulent al agresivității, ci și victimele unui complex de factori care au generat un nou tip de industrii – „industriile culturale”, al căror vârf de lance a devenit televiziunea. Poate că în studiile noastre (ca și în cele ale altor echipe) am luat în considerare mai puțin măsurarea violenței ca un atribut intrinsec al televizualității, concentrându-ne măsurătorile pe forme, conținuturi, scenarizări particulare specifice (violența în știri, în seriale, în spoturi publicitare) și mai puțin pe evaluarea acestora ca manifestări ale unor structuri matriciale ale televizualității. Televiziunea era, de la început, predestinată să integreze lumea în spectacolul violenței și

al supraexcitării emoționale. Nu erau, desigur, inevitabile excesele violenței televizuale din zilele noastre. Dar înclinațiile spre un spectacol al violenței s-au dovedit mai puternice (ținând cont de performanța tehnologică, comunicațională și de scenarizare imagistică) decât limitările instituționale și culturale în numele unor valori precum protecția copilului și apărarea demnității umane și decât capacitatea individului și a publicului de a funcționa ca un mecanism de autocontrol și de autoapărare. Încât este esențial a conștientiza la scara societății că relația televiziunii cu publicul este generată de o perpetuă tensiune dintre propensiunea spre spectacolul violent-emoțional (cultivarea plăcerii ca o motivație a trăirii senzaționale) și contrareacția supraeului social constituit din instituțiile de reglementare a audiovizualului, de măsurile pentru sensibilizarea și educația pentru media a părinților, copiilor, a realizatorilor și producătorilor de programe de televiziune. Prima condiție a unei acțiuni concertate pentru limitarea tendinței spre spectacularizarea violenței ca mijloc de captare a publicului, de la cele mai fragede vârste, stă în evaluarea nivelului și a pragului conținuturilor violente, în măsurarea efectelor acestora mai ales asupra socializării copiilor și în dezvoltarea unei culturi a violenței în lumea valorilor sociale și a comportamentului uman. În această confruntare continuă dintre o televizualitate care se rafinează combinând moduri tot mai subtile dar și mai brutale de scenarizare a violenței, pe de o parte, și mijlocele de autoapărare ale organismului social, un rol important revine cercetării. Aceasta poate contribui la conștientizarea indivizilor și a organismelor de control social asupra mecanismelor, riscurilor și pericolelor conținuturilor violente din programele de televiziune; ea poate fi un suport al unei culturi a distanțării și înțelegerii semnificațiilor acestor programe. Teleaștii pot deveni mai atenți la respectul unor valori ale demnității umane, consumatorii de televiziune mai selectivi, mai avizați și mai critici, iar instanțele de reglementare a audiovizualului pot deveni mai eficiente în măsurile de apărare a consumatorului, mai ales a celui minor.

5. Apar, în consecință, noi forme de dezvoltare a strategiilor vizând limitarea violenței televizuale și de sensibilizare a editorilor de programe și a radiodifuzorilor, precum și a părinților la riscul expunerii copiilor la programe violente. Recent, unele televiziuni publice din țările occidentale (a se vedea cazul televiziunii publice spaniole) au adoptat coduri de conduită deosebit de restrictive în ceea ce privește difuzarea violenței gratuite, a scenelor sexuale explicite, a limbajului grosier și discriminator, a scenelor de exorcism în intervalele orare definite ca „total protejate”: 7,30 - 9; 13 - 14,30; 17 - 21. Aceste segmentări iau în considerare că televizionarea de către copii se concentrează în anumite vârfuri și, mai ales, în relieful cel mai înalt al *prime time-ului*, adică 19 - 22,30. Dar, încă de mult timp, codul rețelei americane de televiziune și radio NBC stipulează că violența nu trebuie să fie reprezentată sau propusă ca soluție acceptabilă a problemelor.

6. Ca în orice proces de creștere excesivă care scapă, inevitabil, normativității sociale, televiziunile din România au fost impregnate puternic de tarele televizualității, cum este spectacularizarea violenței, ajungând să depășească rapid televiziunile occidentale în ceea ce privește frecvența, ponderea și duratele medii ale conținuturilor violente, cu diferențe notabile între canale, unele devenind însă adevărate „rachete pulsionale” atât prin programele informaționale cât și prin cele ficționale, de divertisment, ca și prin spoturile publicitare, inclusiv importul masiv de programe cu conținuturi violente. Încât, principalii indicatori ai conținuturilor violente (ponderea emisiunilor conținând scene de violență în ansamblul programelor, frecvența și durata medie a scenelor de violență pe oră) situează televiziunile din România peste media violenței televizuale din țările occidentale.

Cercetările Centrului nostru iau, de asemenea, în considerare trei factori concurând la restructurarea proceselor de socializare, mai ales primară, și la construcția identitară a „generației ecranelor” și „video-copiilor” (G. Sartori) în era „video-sferei” (R. Debray) și anume: 1. consumul televizual și practicarea jocurilor video (în medie, peste trei ore de televiziune în cazul majorității copiilor); de asemenea, cercetările americane arată că până la împlinirea vârstei de 18 ani, majoritatea americanilor au petrecut mai multe ore în fața televizorului decât în școli și cu mult mai mult timp decât au petrecut vorbind cu profesorii, cu prietenii și chiar cu proprii părinți. Măsurătorile de audiență arată că timpul real petrecut în fața televizorului de un copil american (la fel stau lucrurile și cu cel european) este într-un an de 1024 ore, față de 900 de ore petrecute în școală; 2. ethos-ul tinerei generații care se definește prin aderența masivă la experiențe și valori „fuzionale” și pulsionale (M. Maffesoli); 3. mutațiile socio-culturale generate de post- și hiper-modernitate (asocieri „sensibile”, credința în mitologia star-sistemului, fracturi identitare). Toate au printre altele, ca efect cumulativ, o inversare progresivă a raportului dintre generația copiilor și cea a părinților, în favoarea primei și accentuarea proceselor transgresive la minori, în sensul încălcării normelor sociale, percepute ca

îngrădiri izvorâte dintr-o autoritate parentală producătoare de frustrări. Este evident că programele de televiziune, mai ales prin serialitatea scenarizărilor violenței, contribuie din plin la alimentarea tendințelor de transgresare a normelor și cutumelor sociale și la modificări comportamentale cu caracter nu doar non-convențional, ci și violent. Tentația transgresării normelor de către minori este corelativă omniprezenței imaginilor TV la care sunt expuse și publicurile cele mai fragile, precum și cu răsturnări care au loc în universul socializator: epoca noastră nu este, pe planul comunicării, doar una a imaginii, și a individualizării conectivității prin Internet, ci și cea a „copilului-rege” și a permisivității familiale.

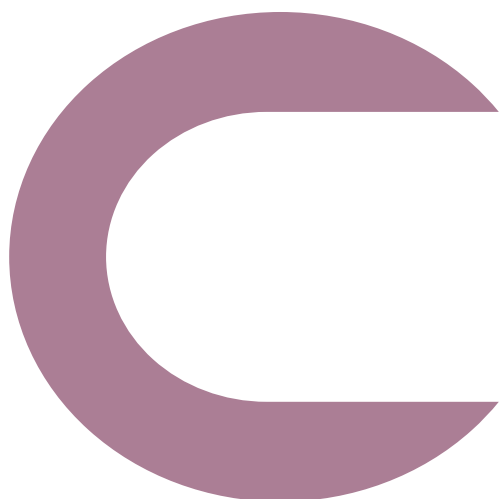
\*  
\* \*

Autorii acestui volum (Raport de cercetare) aduc mulțumiri, pentru încurajarea și sprijinirea constantă a proiectelor de cercetare și de valorizarea acestora, Consiliului Național al Audiovizualului, fostului și regretatului președinte Ralu Filip, care a lansat, împreună cu Centrul nostru, primul proiect în 2004; actualului președinte al CNA, dl. Răsvan Popescu, membrilor Consiliului și directoarei Mihaela Botnaru, altor promotori din CNA care ne-au onorat cu încrederea și cu sfaturile lor; UNICEF, prin reprezentantul său în România, Excelența sa domnul ambasador Edmond MCLOUGHNEY; directorul de programe din cadrul Biroului regional UNICEF din România, domnul Eugen Crai, care a făcut posibilă reluarea și finalizarea noii faze a acestui proiect, finanțând cercetarea și publicarea Raportului de cercetare în volumul de față. Suntem bucuroși că finalizarea acestor studii în manifestări publice ca primul Simpozion Național consacrat Violenței mediatice, școlii și familiei (2006) a beneficiat de colaborarea și sprijinul Ministerului Educației, CNA, UNICEF și Universitatea din București, al cărui Rector, Prof. Dr. Ioan Pânzaru a susținut constant Centrul nostru în lansarea de proiecte de cercetare vizând probleme de interes public. Facultatea de Sociologie și Asistență Socială a Universității din București ne-a fost mereu asociată ca for academic în realizarea proiectelor noastre. Studenții facultății noastre s-au investit și au făcut ucenicie inedită de cercetare participând la aceste proiecte. Canalele de televiziune din România, deși vizate critic de evaluarea conținuturilor violente din propriile programe, nu numai că nu au „ecranat” rezultatele cercetărilor, dar le-au asigurat, cu onestitate, o largă difuzare publică. Mulțumim și jurnaliștilor din presa scrisă care au comentat rezultatele cercetărilor noastre. Grație acestor colaborări instituționale, un proiect de cercetare academică a putut deveni un program de interes și multiplă receptare publică.

*Ioan Drăgan*







# REZUMAT

## Rezumatul principalelor rezultate ale cercetării

**1. Numărul actelor de violență** care pot fi urmărite într-o oră de transmisie televizuală (exceptând publicitatea și promo-urile) variază în funcție de canalul tv, de la 9 acte de violență în medie pe oră (la TVR1) la 23,4 acte de violență pe oră (la ProTV). Valori ridicate ale acestui indicator s-au înregistrat și pentru OTV (22,6 acte în medie pe oră – cu precizarea că singura emisiune analizată a fost *Dan Diaconescu Direct*). La celelalte cinci canale cuprinse în analiză, numărul mediu al actelor de violență pe oră variază între 10 și 14. Trebuie să comparăm aceste frecvențe ale actelor de violență cu frecvențele similare înregistrate la cele trei canale care se adresează exclusiv copiilor: la Jetix s-au înregistrat 37 de acte de violență în 60 de minute de emisiune, la Cartoon Network 31 de acte, iar la Minimax „doar” 20 de acte (valoare apropiată de cea mai mare valoare măsurată pentru canalele adulților).

**2. Durata totală maximă a actelor de violență** care pot fi vizionate în 60 de minute de transmisie tv (excluzând publicitatea și promo-urile) este de 22,6 minute (la OTV – DDD). ProTV-ul transmite aproape 16 minute violente din 60 de minute de emisiune; canalul care transmite cea mai redusă durată a violenței este AcasăTV, cu 3,6 minute din 60 de minute de emisiune).

**3. Durata medie a unui act de violență** arată cât durează, în medie, un act de violență; este un indicator calculat ca medie a duratelor tuturor actelor de violență, de orice tip, analizate la canalele tv monitorizate. Pe primul loc se află OTV, cu durata medie de 60 de secunde, iar pe ultimul loc se regăsește PrimaTV, cu o durată medie de sub 20 secunde pentru un act de violență. Media acestui indicator este de 37,7 secunde pentru un act de violență.

**4. Tipologia violenței** arată care este repartiția procentuală a tipurilor de violență (fizică, verbală, psihologică, economică, socială, sexuală) pe canale. Pe primul loc ca pondere a frecvenței se plasează violența verbală, cu aprox. 44%, urmată de cea fizică, cu 33,6%, psihologică cu 9%, economică cu 8,4%, socială cu 4,1% și sexuală cu 1%. Ponderea fiecărui tip de violență depinde de canalele analizate, ca și de specificul fiecărui canal. Astfel, OTV, prin natura emisiunii analizate, are cea mai mare pondere a violenței de tip verbal (75,6% din toate tipurile de violență), ca și cea mai mică pondere a violenței de tip fizic: 6,5%. Canalul care a prezentat cea mai mare parte a actelor de violență fizică este ProTV (57,4%), unde au predominat filmele de acțiune. Formele de manifestare a violenței fizice cel mai des prezente pe micul ecran sunt bătăile și omuciderea, care împreună reprezintă 46% dintre toate formele de manifestare a violenței fizice. Pe primul loc în topul formelor de manifestare a violenței verbale se află țipetele și ridicările de ton, cu o pondere de 28%, urmată de formele de tipul întreruperilor celuilalt în dezbateri și emisiuni interactive (16%). În ceea ce

privește violența psihologică, pe primul loc ca formă de manifestare se află amenințare, cu cca. 70% din numărul total al actelor de violență de acest tip. Cel mai frecvent difuzate forme de manifestare a violenței economice sunt incendierile (accidentale sau premeditate) și furturile.

Mai mult de jumătate dintre formele de manifestare a violenței sociale sunt sinucideri.

Deși au fost întâlnite doar 20 de acte de violență de tip sexual, formele de manifestare pentru acest tip de violență au acoperit o plajă largă, de la hărțuire sexuală și viol până la pornografie, prostituție și pedofilie.

5. Am dorit să verificăm dacă există un anumit **statut socio-profesional al actorilor actelor de violență**, de a vedea dacă o anumită categorie este portretizată în ipostaza de victimă sau de agresor. Valorile asemănătoare ale categoriilor luate în discuție, pentru agresor și pentru victimă ne determină să afirmăm că, cel puțin la nivel de ansamblu, nu există o tendință observată a televiziunilor de a înfățișa o anumită categorie socio-profesională ca victimă sau ca agresor.

6. **Locul de desfășurare a violenței** este, în aproximativ un sfert din actele de violență, casa (cu extensia sa, contextul domestic). O pondere ridicată a obținut-o „emisiunea TV” ca locație a violenței, fapt explicabil ținând cont că o mare parte a actelor de violență au fost de tip verbal, petrecute în cadrul emisiunilor de dezbateri.

7. **Intenționalitatea violenței prezentate** - peste 85% dintre actele de violență au fost intenționate, doar 7,5% dintre ele putând „beneficia” de justificarea accidentalului.

8. Faptul că în aproape 44% din actele de violență mediatizate nu sunt prezentate **consecințele actelor de violență** pentru victimă poate conduce la formarea opiniei în rândul telespectatorilor tineri și foarte tineri că violența nu are urmări asupra victimelor ei. Lipsa prezentării consecințelor asupra agresorului are aceeași interpretare ca și în situația precedentă, cu o intensitate mărită însă, dată de cele 66% de acte de violență în această situație.

## Reprezentarea violenței televizuale pe canalele pentru copii

Pornind de la constatarea că, desenele animate difuzate pe canalele internaționale sunt cele mai consumate programe TV de către copii (în lipsa unor programe autohtone special dedicate lor) și de la ideea că nu putem să sancționăm (cel puțin nu atâta timp cât este difuzat de canale internaționale) violența din desenele animate (DA), am realizat un demers de „cunoaștere” a ei, cunoaștere care ar trebui să ne permită fie să protejăm copiii prin limitarea timpului sau limitarea accesului la anumite tipuri de desene animate, fie, și aceasta ar fi soluția dezirabilă, să „educăm” copiii astfel încât să diminuăm efectele negative ale acesteia. Din păcate, această ultimă soluție este și cel mai greu de realizat, ea deschizând marea dezbatere a *media literacy*, dezbatere care durează în occident din anii '60-'70. A-i face pe tinerii telespectatori să înțeleagă mecanismele narative care aduc uneori violența de tip ficțional în registrul legitimului (binele care restabilește ordinea amenințată de principiul răului, poate folosi și el violența, dar strict în acest registru), sau al logicului (Propp a arătat, în analiza basmului, că o secvență inerentă a acestuia este amenințarea sau chiar acțiunea răului care pune în pericol ordinea „firească” a lucrurilor, legea morală etc.) sau al ludicului (cel care „dezamorsează” situația prin efectul comic pe care îl stârnește) îi pregătește pe aceștia să observe și să înțeleagă derapajele care au început să existe în aceste forme ficționale pentru copii. Vorbim despre derapaje deoarece literatura pentru copii și, prin extindere, ficțiunea televizuală (animată sau nu) adresată aceluiași consumator, ar trebui să beneficieze de un maniheism structural care să nu pună probleme de interpretare valorică micului lector; în ultimul timp însă, aceste povești sunt din ce în ce mai complexe, într-un registru postmodern<sup>1</sup>, autoreflexive uneori<sup>2</sup>, practicând un metadiscurs<sup>3</sup> alteori, distanțându-se de mai vechile basme sau chiar amalgamându-le într-un dadaism animat.

Au fost cercetate trei canale pentru copii: Cartoon Network (CN), Jetix (J) și Minimax (MM), timp de o săptămână (săptămâna 5-11 ianuarie 2009), patru ore pe zi. Alegerea acestor patru ore a fost făcută în funcție de un algoritm prin care să fie analizate toate emisiunile (de pe parcursul unei zile<sup>4</sup>) care sunt difuzate pe aceste canale prin varierea celor patru ore zilnice.

La nivel general, pe întreaga perioadă monitorizată s-au înregistrat 2005 acte de violență în desenele animate de pe cele trei canale. Media per canal este de 668 acte de violență, cel mai violent canal, din punct de vedere al frecvenței „pure”, fiind Jetix-ul, cu 852 de acte, urmat de Cartoon Network (815 acte) și de MM, cu 338 acte. Pentru comparativitate, am construit indicatori compuși care să exprime frecvența medie pe unitate narativă sau pe unitate de timp. Astfel, în ceea ce privește frecvența medie per emisiune, clasamentul rămâne același, dar diferențele dintre canalul cel mai violent și următorul se accentuează: pe canalul Jetix sunt, în medie, 14 scene de violență pe emisiune, în timp ce pe CN sunt „doar” 9 iar pe MM sunt 6 scene. Menționăm, de asemenea că, în timp ce pe canalele CN și J nu a existat nicio emisiune fără cel puțin un act de violență (ceea ce automat îi dădea eticheta respectivei emisiuni de emisiune violentă), pe canalul Minimax au existat astfel de emisiuni<sup>5</sup>. Și în ceea ce privește frecvența medie a violenței per unitatea de timp (oră) Jetix-ul este cel mai violent canal (37 scene pe ora<sup>6</sup> de emisiune), urmat de CN cu 31 de acte și de MM cu 20 de acte de violență pe oră.

Un alt indicator de măsurare a violenței televizuale (VTV), considerat foarte „obiectiv”, este cel al duratei actelor de violență. Relevanța acestuia este dată de faptul că unele studii au arătat că micul telespectator suportă mai bine mai multe scene de violență scurte decât mai puține scene de violență dar mai lungi<sup>7</sup>. CN este canalul care are cea mai mare durată medie a unui act violent (15”, față de 11” pe J și 10” pe MM).

<sup>1</sup> Într-un registru al hipermodernității (G. Lipovetsky și J. Seroy, *Ecranul global*, 2008, Polirom, Iași).

<sup>2</sup> Așa cum arătam în lucrarea *Relația copiilor cu televiziunea și noile tehnologii de comunicare* (Anca Velicu, teză de doctorat, nepublicată) există chiar o abordare autoreflexivă a desenelor animate cu privire la problema creșterii agresivității copiilor în urma consumului de VTV. Nu reiau discuția aici, doar amintesc că și DA se angajează în problemele societății ecranului, lăsând în urmă poveștile cu prinți și balauri.

<sup>3</sup> Vezi seria de desene Shrek (primul film produs în 2001, după cartea Shrek, de William Steig, 1990).

<sup>4</sup> Despre importanța studierii programării emisiunilor pentru copii a se vedea F. Jost și M-F. Chambat-Houillon, 2003, *Parents-enfants: regards croisés sur les dessins animés*, în *Informations sociales*, nr. 111, noiembrie 2003, și E. Baton-Herve, 2000, *Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations*, L'Harmattan, Paris.

<sup>5</sup> Toți indicatorii de pe MM s-au analizat doar în cadrul „emisiunilor violente” (cele cu cel puțin un act violent).

<sup>6</sup> Ora de emisiune este considerată, în acest caz, fără pauze publicitare.

Un indicator compus folosit pentru studiul VTV este cel care leagă frecvența de durată dând ponderea violenței în cadrul unei emisiuni. Altfel spus, cât la sută din durata unei emisiuni este reprezentată de scene de violență. După acest indicator, cel mai violent canal este CN, în cadrul căruia, 13,3% din durata unei emisiuni medii este ocupată de violență, în timp ce cel mai puțin violent canal este MM-ul cu doar 5,4% din emisiuni cu violență. J-ul, cu 11,5% violență este apropiat de media per canal (10,7% violență din durata unei emisiuni). Traducând procentele în minute, găsim că în cadrul unei ore de program, pe un canal de DA, sunt 6,4' de violență.

Din punct de vedere a tipurilor VTV, la nivelul tuturor canalelor, cea mai mare cantitate de violență este de tip fizic, 52% dintre acte fiind de acest tip, urmată de V verbală, cu 29% dintre acte, de cea psihologică, 13%, cea economică (4%) și socială (2%). La nivelul fiecărui canal, există variații mari ale tipurilor de violență, nu doar ca cifre, ci și ca structură. Astfel, dacă pe J și CN cea mai frecventă violență este cea fizică (59,5% și 53,6%), pe MM cea mai frecventă violență este cea verbală, cu 39,3% dintre acte, urmată de cea fizică cu 33,4%. De asemenea, violența psihologică variază puternic de la un canal la altul: pe MM, violența psihologică în stare „pură” (adică fără a însoți alte acte de violență) este la cel mai ridicat nivel (aproape o cincime din numărul de acte de pe respectivul canal), în timp ce pe Jetix aceasta ajunge doar la o pondere de 8% din totalul actelor de violență difuzate pe respectivul canal. Ori această variație dă seama de profilul canalului, de înclinația lui spre o violență simbolică/„soft” sau spre o violență concretă/„hard”: MM este un canal cu violență „soft”, în timp ce pe J și CN violența este „hard”.

Au mai fost analizate și alte aspecte care califică la nivel calitativ scenele de violență, cum ar fi: actanții violenței, contextele de semnificare ale acestora, intenționalitatea etc.

Ca o concluzie vom spune că nu se poate vorbi despre o „ierarhie” definitivă a violenței pe aceste canale, depinzând de fiecare dată de indicatorul pe care îl avem în vedere. O afirmație tranșantă putem face despre canalul Minimax care, după toți indicatorii, este cel mai puțin violent canal. Vorbind însă de profilul canalelor J și CN, trebuie să observăm că acestea sunt net diferite în ceea ce privește violența transmisă. Astfel, în timp ce J-ul difuzează mai multă violență (fiind superior în ceea ce privește frecvența actelor de violență), pe CN acestea durează mai mult (durata actelor de violență fiind aici mai mare). Dacă teoriile despre care am vorbit mai sus, privind nocivitatea mai ridicată a actelor de violență lungi, față de cele mai dese este adevărată și universal valabilă, atunci canalul CN, deși cu mai puține scene de violență, este totuși mai periculos decât canalul Jetix.

---

<sup>7</sup> Vorbind despre suportabilitate, ne referim la efectul de creștere a fricii, a anxietății. Conform clasificării teoriilor despre receptarea și a efectelor VTV asupra copiilor propusă de B. J. Wilson, există trei tipuri de teorii: *T. agresivității, a desensibilizării și a fricii*. Primul tip poate îmbrăca mai multe forme următoarele efecte: 1. *efect cathartic*, eliberând pulsivitățile agresive pe care le avem în noi (Aristotel), 2. *efectul de învățare a unor deprinderi sociale agresive* (Bandura) sau *efectul de dezinhibare* a anumitor comportamente violente care altfel ar fi reprimare și 3. *efectul „procesării informației”* conform căreia, expunerea la VTV nu doar că activează niște comportamente agresive, ci creează chiar impulsurile agresive, nevoia de agresivitate (care, în varianta de dinainte se presupunea că există deja dar este reprimată sau nu se știe cum să se manifeste). *T. desensibilizării* a cunoscut mai multe trepte: de la desensibilizarea fiziologică la cea socială. În fine, teoria fricii (incubației culturale) vorbește despre „amprentare” realității în urma consumului excesiv de televiziune: VTV se transferă realității prin modul în care telespectatorul este dispus să o perceapă (mai violentă decât este în „realitate”).

## Spoturile publicitare și promo-urile

### 1. Frecvența clipurilor

Au fost analizate toate clipurile difuzate, publicitate și/sau promo, în proporții aproximativ egale. În funcție de canal, s-a remarcat că unele dintre acestea, cum ar fi Prima, Antena1 și Realitatea, abundă în transmisii de tip publicitar, liderul fiind Antena1. Canalul Realitatea are însă cele mai multe promo-uri difuzate. Canalele de divertisment, ca și Antena3 și Acasă au un nivel mediu al clipurilor, iar TVR1 și ProTV, care sunt cele mai recepționate canale pe teritoriul României, se mențin la nivele sub medie.

Canalul OTV, care are un stil aparte al formatelor de emisiune, se remarcă prin conținutul exclusiv publicitar al clipurilor transmise.

Au fost analizate toate clipurile difuzate, publicitate și/sau promo, în proporții aproximativ egale.

2. Aceleași diferențe între canale pot fi observate și la analiza **conținutului violent** al spoturilor. Deși majoritatea spoturilor/clipurilor nu conțin niciun aspect, semn / simbol cu conținut violent, sunt unele deosebiri în ceea ce privește conținutul violent sau cel aluziv violent.

3. Nu găsim în clipurile publicitare foarte mult **conținut violent manifestat ca urmare a unei idei violente**. Dar, surprinzător, vedem că un canal pentru copii, Cartoon Network, devine leader al unui asemenea conținut, urmat de Prima, ProTV și Antena1. O mare parte a clipurilor conțin semnale, aluzii la violență sau sexualitate. Asemenea clipuri difuzează Prima, urmată de Antena1 și Cartoon Network, la egalitate.

4. În intervalul 19h-22h se difuzează cea mai mare parte a publicității nonviolente. Dar surpriza o constituie intervalul dimineții -7h-14h în care se difuzează puțină publicitate, în schimb având un conținut violent sau cu aluzii violente sau sexuale. Această situație poate produce îngrijorare deoarece mulți copii se află dimineața acasă, lipsiți de controlul parental și expuși la un asemenea conținut violent.

5. Clipurile/spoturile sunt realizate în diferite **contexte spațiale**, dar majoritatea se desfășoară în familie, natură, pe stradă sau în magazine.

6. Publicitatea poate folosi imaginea copiilor pentru a crea anumite **referințe** sau ținte conform scenariului, iar această analiză arată că în aproape 19% din clipuri copiii sunt prezentați ca personaje, ca actori ai acțiunii.

7. Atunci când clipul publicitar folosește **copiii ca actori** aceștia apar ca personaj principal în 18,22% din cazuri și în 4% din cazuri ca personaj secundar.

8. O analiză a **numărului copiilor** care apar într-un clip publicitar ne confirmă faptul că în aproape 6% din cazuri este vorba de un singur copil, în 3,64% apar doi copii și în 13,78% din clipuri apar mai mulți copii.

9. Din analizarea clipurilor reiese că sunt mai mulți băieți (4,1%) decât fete (2,68%) ca actori, dar se întâlnesc și grupuri mixte în 15,4% din cazuri.

## Moduri de mediatizare, în presa scrisă, a subiectelor copiii și școala. Studiu de caz: ziarele Gândul și Libertatea

Au fost analizate două ziare centrale de o anumită notorietate, Libertatea (tabloid, aflat pentru multă vreme în topul celor mai vândute ziare) și Gândul, ziar de opinie, cunoscut mai ales prin notorietatea editorialiștilor săi (C. T. Popescu, M. Nițu, M. Vergu etc.). Perioada analizată a fost aceeași ca și în cazul televiziunii, anume săptămâna 5-11 ianuarie 2009. Tehnica de analiză a fost analiza de conținut, în care unitatea de analiză a fost tema, și analiza semio-lingvistică. În general, imaginea copilului în presa scrisă este echivalentă cu imaginea victimei. Altfel spus, cel mai mediatizat copil este *copilul-victimă*, urmat, mai ales în ziarele tabloide, de *copilul-vedetă* (sau fiu de vedetă) și de *copilul-care-reușește*.

Diferențele de la un ziar la altul sunt însă notabile: copilul-victimă din Libertatea este plasat în registrul faptului divers, conotat, în noul tip de presă, cu un discurs de tip senzationalist. În Gândul însă, copilul victimă apare în registrul excepțional, al războiului<sup>8</sup>. Referirile la copii sunt, în acest caz, de multe ori doar la nivel vizual, copiii apărând doar în fotografiile care ilustrează articolul; în alte articole pe aceeași temă,

<sup>8</sup> În perioada analizată de noi, Războiul din Gaza a ținut capul de afiș al presei internaționale și al celei românești.

referirile la copii sunt strict numerice: ei sunt amintiți ca număr de victime. Există și cazuri în care copiii apar în registrul testimonialului, aceștia fiind, deși indirect, cei care „povestesc” anormalitatea pe care o reprezintă războiul. În acest caz, apar și referirile la școală, văzută ca „spațiu al normalității”, în opoziție cu războiul și haosul pe care acesta îl produce. Efectele războiului asupra copiilor, de această dată, nu mai sunt fizice, ci psihologice și sociale. O altă formă pe care o ia imaginea copilului-victimă este cea “validată științific”: articolele de acest tip sunt menite să informeze (în ceea ce privește forma în care sunt puse – discursul de tip științific, formatul de știre etc.) dar și să impresioneze cu privire la o anumită realitate. Copilul - victimă a fumului de țigară, sau copilul - victimă a stresului școlar<sup>9</sup> sunt imagini care apar, în perioada monitorizată, ca purtând după sine legitimitatea discursului științific.

După copilul-victimă, cel mai mediatizat este copilul-vedetă (sau copilul vedetelor). Și de această dată, sunt cazuri în care copilul este folosit, din nou, doar cu scop “ornamental”, el nefiind nici măcar tangențial amintit în cadrul articolului, dar ilustrându-l cu succes.

Copiii-care-reușesc reprezintă alt subiect predilect al presei de tip tabloid. Fie că este vorba despre succese meritate (*La 14 ani a cucerit vârful celui mai înalt vulcan*) sau doar de întâmplări care scot din anonimat, pentru o mai lungă sau mai scurtă perioadă de timp, pe anumiți copii, aceste „povești de succes” sunt cele care, mergând pe logica basmului sau, mai nou, a reality-show-urilor, fac deliciul publicului ziarelor respective.

Dacă imaginea copilului este una cu multiple fețe (victimă, vedetă, cel-care-reușește), imaginea școlii este destul de unitară, aproape singurul unghi din care a fost abordată în perioada analizată de noi fiind unghiul economic. Școala este săracă, profesorii sunt prost plătiți și nu li se acordă majorarea de 50% legiferată deja, profesorii pensionari nu mai au voie să ia și o normă didactică și astfel să cumuleze salariul cu pensia; despre aceste lucruri au tratat majoritatea articolelor care au avut în prim plan, sau în plan secund, școala<sup>10</sup>. Această temă a făcut obiectul a patru editoriale, trei în *Gândul* și unu în *Libertatea*. Abordările au baleiat de la perspectiva socială, la cea economică, cea politică și chiar cea juridică.

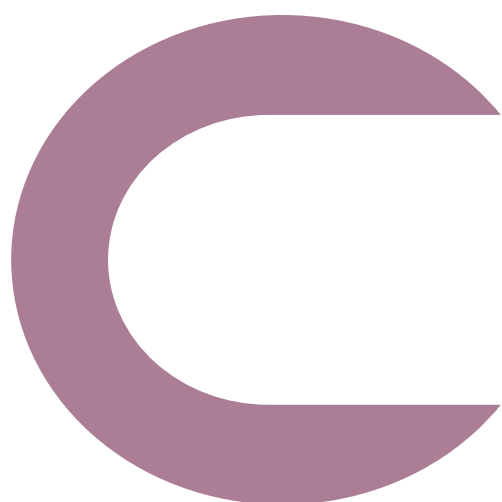
Din perspectiva tehnicii scriiturii, este de amintit modul în care cele două cotidiane construiesc senzaționalismul. Astfel, în timp ce *Libertatea* mizează pe subiecte șocante, dar de fapt divers, *Gândul* se apleacă mai ales asupra «marilor subiecte» ale momentului (în cazul nostru, în perioada analizată, acestea au fost trei<sup>11</sup>, două interne – problema aplicării legii privind majorarea cu 50% a salariilor profesorilor (221/2008) și proaspăt promulgata lege a interzicerii cumulului pensiei cu alte venituri de la stat – și una internațională, războiul din fâșia Gaza) pe care însă le conotează în registrul senzaționalului prin “etichetarea” lor în supra-titlu. În afara editorialelor, asumate de la un capăt la altul (de la poza editorialistului, până la denumirea paginii de editoriale – *Puterea gândului*), restul articolelor au, în supra-titlu, un prim cuvânt care fie etichetează domeniul din care este articolul, fie dă tonul emoțional în care trebuie citit articolul.

---

<sup>9</sup> Acest articol folosește legitimitatea științifică pentru a transforma imaginea adolescentului din agresor social (prin consumul de alcool, droguri etc.) în victimă a stresului școlar.

<sup>10</sup> Școala aparține așa numitor “subiecte ciclice”: ele sunt de actualitate la începutul anului școlar/universitar și se reactualizează cu diferite prilejuri (negocieri salariale, alegeri etc.). Eșantionul nostru s-a suprapus peste o astfel de perioadă, în care subiectul a revenit în actualitate prin două legi care îi vizau (și) pe profesori.

<sup>11</sup> Vorbim, bineînțeles despre subiecte care ating, într-un fel sau altul, problemele școală, profesori, copii, adică problemele noastre de interes.



# REPERE TEORETICE

Ioan Drăgan

## 1. TEORII DESPRE AGRESIVITATE, VIOLENȚĂ ȘI IMPACTUL VIOLENȚEI TELEVIZUALE ASUPRA COPIILOR<sup>1</sup>

Studiile asupra relației dintre media și violență (mai ales violența televizată) s-au dezvoltat îndeosebi în perioada anilor '60, sub impactul mai multor factori:

1. Recrudescența și proliferarea unor forme virulente de violență în țările occidentale – violența străzii, multiplicarea omuciderilor, ucideri de polițiști, izbucniri violente contra establishmentului, revolte ale elevilor și studenților împotriva sistemelor școlare și uneori a celui social; începuturi ale terorismului.

2. Creșterea agresivității, actelor de violență, chiar a omuciderilor în rândul minorilor; se produce o explozie a criminalității minorilor, inclusiv a omuciderilor;

3. Se declanșează o campanie puternică împotriva televiziunii considerată a fi responsabilă de agresivitatea tinerilor, care au devenit contestatari, ca și de extinderea valului de violență în societate. Lumea – afirmă criticii televiziunii – este invadată de agresivitate din cauza emisiunilor pline de violență ale televiziunii și a filmelor care exhibă violența. Aceasta este, într-adevăr, „perioada când televiziunea a intrat în țările Occidentale în perioada adultă”, ocupând un loc central în viața publică și privată. Aceasta a coincis și cu prima „generație de tineret crescută cu televiziunea”, cu spectacolul violenței televizate și cu creșterea masivă a delincvenței juvenile (J. Lazăr, 1991, p. 162) și cu amplificarea prezentării violenței în mass media – film, televiziune, presă etc. Asocierea dintre violență și cultivarea senzaționalului în media va marca puternic evoluția media. Deja în 1951, în Franța se numărau 659 de crime și de acte de violență la 100 de filme de lung metraj (o medie de 6,6 acte de violență pe film); în anii '60 canalele de televiziune transmit, în medie, la zece minute un act de violență sau amenințări cu violența. Himmelweit (Anglia) a calculat că 20 la sută din programele difuzate la orele când copiii privesc mai mult la televiziune sunt consacrate violenței și agresiunii. Studiind filmele de metraj mijlociu produse special pentru televiziunea americană, Head constată că acestea conțin în medie 3,7 acte de „agresiune sau de încălcare a moralității” pe emisiune; cele speciale pentru copii ating o medie de 6,7 acte, mai mult decât filmele polițiste (5,1 acte de violențe). Aceste evoluții spre mediatizarea violenței vor stârni reacții critice dintre cele mai vehemente, toate pornite din convingerea

<sup>1</sup> Acest capitol este, în mare, o reluare adaptată după un capitol din lucrarea: Ioan Drăgan, *Comunicarea – paradigme și teorii*, (2007), Editura RAO, București.

că „cu cât scenele de violență sunt mai numeroase, cu atât impactul lor nefast este mai puternic: violența televizată este ca o otravă, ea acționând cu atât mai intens cu cât doza este mai puternică” (apud O. Burgelin, 1970). Televiziunea este percepută în modul cel mai negativ ca o „școală a crimei și a delincvenței”, îndeosebi a delincvenței juvenile. Tinerii au tendința – apreciază criticii televiziunii – de a reproduce în viață actele de violență de pe micul sau marele ecran. La 14 ani un adolescent american mediu a văzut 14 mii de omucideri la televiziune. Peste 90 la sută din ansamblul programelor televiziunii americane cuprind acte de violență. Desenele animate aparțin programelor celor mai brutale ale televiziunii, cu o medie de 24 episoade violente pe oră (F. Brady, 1991).

4. Este o perioadă de controverse aprige, adesea fără repere precise, de exprimare a unor puncte de vedere exclusiviste asupra efectelor și funcțiilor sociale ale televiziunii. Unii analiști găsesc că *marii consumatori de televiziune* se caracterizează prin *frică*, *angoasă* (teama de violență îi face să evite a mai ieși seara în cartier), considerându-se că violența televizată tinde să genereze pe scară mare sentimente de insecuritate și stări de panică. G. Gerbner identifică corelații statistice între aceste stări și consumul masiv de televiziune. Potrivit altor aprecieri, consumul masiv de programe violente îi *desensibilizează* pe oameni – ceea ce se manifestă prin faptul că aceștia nu mai sunt atât de sensibili față de actele de violență și de victimele violenței. În această fază incipientă a cercetărilor asupra consecințelor violenței televizate sunt detectate efecte cu totul contradictorii: sporirea sentimentului de *izolare* la marii consumatori de tv și întărirea tendințelor de retragere din realitate; accentuarea fenomenelor de înstrăinare de comunitate la cei puternic dependenți de media. Când se consideră că televiziunea poate dezvolta *comportamente de cooperare* (influența pozitivă), când se reține că ea *generează agresivitate* (influență negativă).

Într-un context în care abundă criticile aduse televiziunii și programelor de violență și în care controversele teoretice nu sunt sprijinite de suficiente date de cercetare, alternativa aprofundării și multiplicării cercetărilor se impune de la sine. Se manifestă o cerere masivă de studii privind influența tv asupra comportamentelor, mai ales asupra consecințelor violenței televizate. Ca urmare, în 1982, în SUA se publică circa 2.500 de studii relative la aceste probleme.

Premisele teoretice și metodologice ale acestor cercetări sunt diferite, dacă nu chiar divergente. Trei teze de bază par să orienteze cercetările și concluziile acestora: 1. *Teza efectului cathartic*; 2. *Teza suscitării violenței* și 3. *Teza efectului întăritor* (J. Lazăr, 1991, p. 162).

1. O serie de abordări iau în considerare efectul cathartic al consumului cultural în genere. Mecanismul efectului „catharsis” este decodificat în felul următor: în viața cotidiană oamenii sunt confrunțați cu diverse situații *frustrante* care pot eventual provoca alunecarea în acte de violență, de agresivitate. Catharsisul oferă eliberarea de aceste frustrări prin „participare simbolică”, imaginară la scene de violență și la acte de agresivitate, văzute la tv. Programele de violență ale televiziunii pot constitui un suport și un mijloc de eliberare a indivizilor de înclinații și tentații agresive. Unele investigații arată că televiziunea este mai eficace sub acest aspect pentru oamenii din medii sociale mai modeste; cei din categoriile sociale mai favorizate au la dispoziție o gamă mai bogată și mai variată de mijloace pentru a se realiza și a se elibera de frustrări și pulsioni agresive.

Concluzia acestor autori este că nu se poate postula o corelație univocă „între spectacolul violenței oferit de media și comportamentele agresive”. După unii autori, relația omului cu violența este „ambivalentă”, trăsătură derivată din faptul că violența nu este străină niciunei ființe umane: „De unde această ambivalență care caracterizează relația omului cu violența: în același timp fascinația care ne transportă și respinge pentru a ne distruge legătura socială”. Pe de altă parte, autorii acestei reflecții spun că „violența este o irupție a iraționalului, o revenire a refulatului, o liberare paroxistică de pulsioni originare”, punând în evidență rolul interdicțiilor și al formelor de reglementare socială (Claire Bélisle, Jean Bianchi, Robert Jourdan, (1990), *Violence et médias*, in *Pratiques médiatiques, 50 mots clés*, CNRS, Paris, p. 403). Iar atracția pentru violența mediatică poate fi înțeleasă variabil, ca o teamă, ca plăcere sau ca speranță și încredere în fața unui pericol extern. De aceea, relația spectatorului cu violența reprezentată nu poate fi înțeleasă doar ca „descărcare cathartică” ori ca manifestare a unor „instincte agresive”.

2. Numeroși sunt însă partizanii tezei că prin mesajele violente media constituie o sursă de stimulare a *agresivității* și a comportamentelor violente. „Expunerea la stimuli agresivi mărește starea *emoțională* a individului, care, la rândul-i, va crește probabilitatea comportamentului agresiv”. De exemplu, un meci de box privit la televizor va mări emoția telespectatorului și va putea accentua înclinațiile agresive. „Potrivit



Ministerului american al Sănătății, circa 2,2 milioane de americani sunt victime ale violențelor în fiecare an. Are aceasta legătură cu violența în media? Eu cred că da. La nivel politic, violența este de acum în centrul dezbaterilor asupra legii Clinton asupra crimei și controlul armelor de foc, cu avertismentele etichetării jocurilor video violente. Eu nu consider această chestiune ca o problemă de libertate de expresie, ci ca o problemă de sănătate publică” (F. Brady, 1991). Îmbibați de spectacolul violenței, tinerii pot ajunge să creadă că violența este singurul mijloc de a-și rezolva conflictele (copiii ai căror părinți sunt în conflict privesc în SUA la televizor 5 ore pe zi, iar cei din mediile defavorizate ajung la 8 ore de televiziune zilnică). Asasinatele comise de cei între 9-14 ani au crescut în SUA de la 987 în 1984 la 2.300 în 1992. George Gerbner (Universitatea din Pennsylvania) va arăta la aceeași Convenție asupra criminalității (New York, octombrie 1994), că industria cinematografică de la Hollywood ucide, ficțional, 1.000 de persoane pe zi. El consideră ca fiind reconfirmată ideea sa de bază: cu cât privim mai mult la televizor, cu atât credem că lumea este mai periculoasă, sentimentul de teamă crește, ceea ce erodează credința în civilizație și încrederea în democrație. Modelul spectacolului violenței se extinde în toată lumea: SUA exportă cu peste 30 la sută mai multe programe violente decât se consumă în SUA. „Violența – spune G. Gerbner – este un limbaj universal și atractiv care nu are nevoie de cuvinte” și care transcede granițele fără dificultate.

La același Congres, George Comstock evocă un studiu publicat în 1990 în care a examinat 216 anchete asupra relației televiziune - violență și care arată că adolescenții expuși continuu la violența televizuală se comportă în mod agresiv, mai ales în urma violenței normative, eficiente, pertinente care facilitează identificarea tinerilor cu personajele violente. „Am creat o cultură a violenței” conchidea Comstock.

Cercetările nuantează însă posibilele consecințe agresive ale programelor violente, precizând că factorul decisiv pentru reacțiile telespectatorilor constă în *modul în care este prezentată violența* în programele respective. Violența prezentată ca justificată (exemplu: legitima apărare poate spori probabilitatea comportamentelor agresive și, de asemenea, când violența aparține unui personaj preferat, erou luat ca model). În general, când personajele agresive sunt prezentate ca modele de comportament ele pot deveni o sursă de încurajare a agresivității mai ales în cazul copiilor și adolescenților aflați mereu în căutare de modele. Alte două precizări făcute în studii sunt importante: agresivitatea stimulată prin mediatizare nu se manifestă în lipsa ocaziilor care-i permit individului să-și arate „performanța” prin violență; deprinderea violenței prin media presupune anumite *caracteristici și trăsături psihosociale* ale receptorilor și depinde de *apartenența acestora* la anumite grupuri și medii sociale; merită luată în considerare și sugestia făcută comunicatorilor de a observa reținere și prudență în prezentarea ca modele a personajelor violente.

3. Teza *efectului de întărire* al media este aplicată și în analiza agresivității: persoanele și mesajele violente nu fac decât să actualizeze și să întărească pulsiuni și tendințe agresive existente la indivizi, în funcție de felul în care au fost educați și socializați. Par a fi mai înclinate spre agresivitate și preluarea mesajelor violente persoanele care suferă de un *deficit de stabilitate afectivă și socială*, precum și cele *mai puțin integrate* în mediul lor.

În concluzie, se arată că mass media nu creează agresivitate-violență și mai ales nu determină schimbarea atitudinilor și comportamentelor în direcția agresivității. Ele pot, în cazuri anumite, să actualizeze tendințe deja existente. Efectul de suscitare a violenței nu depinde atât de mesaj cât de alți trei factori: 1. structura personalității subiectului; 2. situația în care se află; 3. grupurile de apartenență și de referință ale subiectului – toate acestea determinând utilizarea și efectele mesajului.

Există și alte *clasificări* mai recente ale *marilor teorii* privind violența și agresivitatea și relația dintre violența mediatică și cea din lumea reală. Cum este sinteza elaborată de James W. Potter (1999, p. 12), care le-a grupat în *patru* mari categorii: 1. Teorii *biologice*; 2. Teorii *ecologice*; 3. Teorii *cognitiviste* și 4. Teorii *interacționiste*.

*Teoriile biologice* (deja menționate anterior) se întemeiază în explicarea *agresivității* pe două elemente psiho-fiziologice: *instinctele* înnăscute (Freud – „eros” – instinctul vieții și „thanatos” – instinctul morții, care pot fi și controlate, totuși, de „supraeu”), pe când la Lorenz Konrad acestea au o funcție vitală de adaptare și supraviețuire și pe *hormoni* (îndeosebi nivelul testosteronului).

*Teoriile ecologice* evidențiază rolul mediului (natural, social, instituțional, simbolic) în geneza și dezvoltarea agresivității. De pildă, o teorie din această clasă – teoria *ecologiei materiale* se referă la influența unor componente și caracteristici ale mediului precum densitatea populației, condițiile de trafic, accesul în zonele de interes sau fenomenele de dezorganizare și de insecuritate mai ales din cartierele și zonele periferice

și mai sărace ale marilor orașe (*social ecology*), pe când teoriile „confluentei” și socializării se referă mai ales la rolul *familiei*, fiind reliefate consecințele dinamicii comportamentale a părinților (prioritate dată măsurilor coercitive în primii ani de viață și apoi, permisivitatea), al școlii, anturajului –, din ale căror neconcordanțe pot rezulta patternuri de comportament violent.

*Teoriile cognitiviste* cu variantele lor (*teoria abilităților cognitive* – care explică varietatea reacțiilor părinților și copiilor la scene violente de televiziune; *teoria accesibilității constructelor* – schemele cognitive din mintea oamenilor conțin probabilitatea reacțiilor violente la vederea de scene sau obiecte utilizabile în confruntările violente, ca arme, obiecte contondente).

*Teoriile interacționiste* conțin un ansamblu conceptual esențial pentru înțelegerea mecanismelor producerii și reprezentării mediatice a violenței. Noțiuni ca cele ale „declanșării”, „transferului de excitabilitate”, „catharsis”, „stoc al cognițiilor sociale”, „învățare socială” conduc spre evidențierea rolului definițiilor date situațiilor sociale și al modelelor de interacțiune umane, al „tipificațiilor” experienței umane în formule de patternuri violente în ansamblul stocului social și cultural al conduitelor individuale și de grup. Continuă a avea o influență importantă teoria „învățării sociale” a lui Bandura, ca și metoda sa experimentală în măsurarea efectelor mesajelor (emisiuni, filme) asupra copiilor.

În ce privește *agresivitatea* sunt privite ca teorii sistematice, bazate mai ales pe cercetări experimentale, următoarele trei teorii: 1. *Provocării*; 2. *Învățării sociale* și 3. *Reducerii agresivității*.

1. *Provocarea*. P. H. Tannebaum este principalul teoretician al „ipotezei provocării” care susține ideea că expunerea la violența televizuală amplifică agresivitatea deoarece violența crește excitația, sau, mai bine spus, „incită” telespectatorii (Tannenbaum, Zillman, 1975).

Creșterea excitabilității se manifestă evident în cazul experimentelor televiziune-agresivitate, iar explicațiile propuse sunt: 1. violența din televiziune poate stimula alte clase de comportamente decât agresivitatea; 2. clasele de conținuturi, altele decât cele violente, pot stimula agresivitatea; 3. multe efecte demonstrate în experimentele de laborator și în viața reală se pot sprijini pe acel punct de pe curba creșterii incitării în care o secvență de film, de exemplu, îl lasă pe telespectator suspendat (din cauza cenzurii în ceea ce privește moartea și sexul).

Ipoteza este bazată pe studii care demonstrează că acele materiale care sunt umoristice, erotice sau violente (considerate a fi provocatoare) cresc excitația psihologică mai ales în rândul adolescenților; expunerea la astfel de materiale (care provoacă portretizări vizuale) conduce la o agresivitate ulterioară mai mare. Incitația psihologică (provocarea), ca și nivelul de comportament vor varia în funcție de cât de excitant se termină o secvență de film. Tannenbaum este un avocat al testării ipotezelor care stau la baza unei teorii și un sceptic când se pune problema conținuturilor violente în sine ca responsabile pentru creșterea agresivității ca urmare a expunerii la violența în televiziune.

2. *Învățarea socială*. Bandura este cel mai de seamă reprezentant al teoriei „învățării sociale”. Ideea lui principală se referă la faptul că modelele de comportament sunt învățate observându-i pe ceilalți, acesta fiind principalul mijloc prin care copiii achiziționează comportamentele nefamilare, chiar dacă performanțele comportamentului achiziționat depind în mare parte de alți factori decât achiziția.

Una dintre cele mai testabile ipoteze care derivă din această teorie este afirmația că mai ales copiii vor învăța la fel de mult din observarea comportamentelor de la televizor ca și din observarea acțiunilor persoanelor reale. Multe experimente de laborator susțin această idee. De exemplu, în unele cazuri stimulii de la televizor conțineau o formă de comportament agresiv și variabila dependentă era imitarea agresivității în joacă. Subiecții erau de multe ori copii mici, de vârsta grădiniței. Astfel a fost clar demonstrată ideea că în special copiii pot achiziționa comportament agresiv de la televizor, comportament manifestat ulterior în joacă.

Teoria învățării sociale a lui Bandura este una dintre cele mai influente surse de cercetare asupra agresivității și televiziunii, scoțând în evidență atributele individuale, stimulii observați și mediul care ar putea facilita sau inhiba performanța răspunsurilor achiziționate prin observație.

3. *Reducerea agresivității*. Feshbach e identificat ca susținător al „ipotezei catharsis”, dar ar fi mai corect să-l încadrăm între reprezentanții „ipotezei reducerii agresivității”. Acesta susține ideea că expunerea la violența din televiziune va reduce agresivitatea ulterioară (Feshbach, 1961). Mecanismul reducerii ar fi următorul: micii telespectatori deficienți în abilitatea de a inventa fantezii agresive, sunt ajutați prin expunerea la violența televizată să-și elibereze controlat impulsurile agresive. Violența de la televizor oferă material pentru astfel de fantezii, reducând comportamentul agresiv. Mai mult, există cazuri în care violența media

crează anxietate față de agresiune, lucru care duce la inhibiția impulsurilor agresive. Spre deosebire de Tannenbaum și Bandura, Feshbach s-a concentrat asupra circumstanțelor în care violența media duce la o reducere a agresivității ulterioare. Cum am menționat, experimentarea unor astfel de situații de eliberare prin fantezie de impulsurile agresive nu poate fi un argument cu valoare de extrapolare în analiza și explicarea influenței asupra copiilor a violenței televizuale.

Influența mass media se exercită mai ales în următorul context: atunci când se produce o *ruptură* și când apare o situație de *instabilitate în relația dintre individ și mediul său*.

Conjugarea procesului de multiplicare a situațiilor de dezintegrare socială, de tranziție și de incertitudine valorică și normativă, de accentuare a tensiunilor și conflictelor sociale, de insecuritate, sărăcire și de așteptări nerealizate cu violența mediatizată mărește, fără îndoială, probabilitatea impactului negativ al media în materie de violență.

Violența televizuală nu constituie deci o cauză unică a creșterii agresivității în societate: ea acționează în situații de destructurări și dereglări ale relațiilor sociale, de creștere a tensiunilor și disfuncțiilor integrării indivizilor în mediul social. În alți termeni, eliminarea programelor agresive din mass media nu va duce la dispariția comportamentelor agresive din societate. Ceea ce nu înseamnă a subestima posibilitatea stimulării agresivității oamenilor prin programe violente, mai ales în perioadele de instabilitate și de rupere a echilibrului social. Dar dacă spectacolul violenței nu este cauza unică a exploziei criminalității în lumea de azi, cu siguranță că aceasta este una dintre cauze. De unde și recomandarea unei anumite prudențe și rețineri în ce privește cantitatea programelor violente difuzate și o atenție mai mare în ce privește modul de prezentare și de valorizare a violenței în programele de tv, radio, în reviste, filme.

Nuanțările și precizările se vor acumula progresiv în analizele despre mediatizarea violenței. În monografia *Communication de masse* (1976), O. Burgelin sintetizează evoluția dezbaterilor, nuanțările și punctelor de vedere referitoare la acest subiect. O distincție importantă este aceea dintre violența reală (violența străzii) – care este reprodusă de media (în actualități, reportaje etc.) și care, în mod firesc, apare ca scandalosă, trezind repulsie și reprobare – și *violența ficțională* care, din modul în care este prezentată și integrată în universul ficțional nu mai apare ca ceva „scandalos”. În ficțiuni (seriale, filme polițiste, de acțiune, westernuri, de groază etc.) violența este integrată în logica narațiunii apărând de obicei ca un fapt logic. Reacțiile critice ale publicului, educatorilor sunt îndreptate mai ales împotriva statutului „integrat” atribuit violenței în emisiunile de ficțiune. Numeroși critici găsesc că este scandalos modul în care violența este înscrisă într-o logică ficțională – spectacolul violenței – care o legitimează (valorizează). Pericolul constă atunci în a face din violență o „valorizare” și în a promova un model de civilizație în care violența se prezintă ca o componentă justificată, banală sau chiar normală.

Alte analize atrag atenția asupra faptului că violența mediatizată „devine nefastă printr-un efect cumulator” (și nu ca efect direct și imediat). Astfel încât se poate spune că influența violenței „reprezentate” este mai mult un proces insidios, treptat, cumulativ, ale cărui efecte nu sunt direct vizibile și imediate (decât în cazuri singulare).

Influența acesteia poate fi puternică și chiar catastrofală asupra celor aflați într-o stare de rezistență psihologică, morală și socială redusă (inocenți, fragili, izolați, aflați în dificultate etc.). Efectele pot consta adeseori în *tulburări psihice*, nu în mod necesar în comportamente violente.

Nuanțări au venit și din partea celor ce sunt sceptici în ce privește efectele violenței „reprezentate”: faptele delincvente au alte cauze decât filmul sau televiziunea: copiii și tinerii, ca să nu mai vorbim de adulți, sunt capabili să facă deosebirea dintre spectacol și realitate la nivelul ideilor și comportamentelor (J. Klapper, 1960). După interviuri cu psihologi și psihiatri, acesta estimează că identificarea cu personaje violente oferă tinerilor o supapă de eliberare de tendințe agresive. Faptul că în actele de violență tinerii se folosesc de elemente simbolice (mediatice) nu este o dovadă certă a unei corelații directe între consumul mediatic de scene de violență și comportamentele agresive. Sau în orice caz este dificilă ponderarea rolului diferiților factori sociali, psihologici, mediatice – în creșterea fenomenului delincent și a comportamentelor violente. Psihanaliza a revelat că agresivitatea este o componentă a personalității noastre, mai accentuată la cei care cunosc dificultățile psihologice și relaționale, frustrări și care, chiar în virtutea acestui fapt, trăiesc o supraexpunere la media, mai ales la televiziune și film.

Unele precizări conceptuale s-au impus în urma cercetărilor: statutul cultural al violenței are conotații diferite de la o societate la alta și de la un mediu la altul. Ea poate simboliza nu numai conduite

negative (delincvență, ură, brutalitate etc.), ci și pozitive: căutarea unor noi forme de relații sociale și de exprimare a grupurilor sociale; violența pusă în serviciul legii și dreptății (mai ales în westernuri și filme polițiste, fiind deci o violență legitimă). Pregătirea pentru înfruntarea violenței face parte din „ucenicia socială” etc.

## 2.

### ABORDĂRI PSIHO-SOCIALE ȘI ABORDĂRI SEMIODISCURSIVE

Cercetările aflate la baza acestui volum au, desigur, unele contingente dar se deosebesc fundamental de cele psiho-sociale, fie acestea experimentale sau calitative. Pentru început, câteva referințe, fie ele și sumare despre unele abordări psiho-sociale.

În țara noastră, majoritatea studiilor despre violență au fost promovate într-o perspectivă psiho-socială, accentul fiind pus pe relația dintre comportamentele violente și agresivitate, precum și pe tratarea violenței media ca un stimul, mai mult sau mai puțin direct al multiplicării actelor de violență în societate. Aceste studii au avut și au în continuare un merit indiscutabil. Să menționăm cu titlu de exemplu lucrarea *Violențe. Aspecte psihosociale* (volum coordonat de Giles Ferreol și Adrian Neculau, Polirom, Iași, 2003), instructivă mai ales pentru înțelegerea efectelor violenței mediatice.

Despre efectele mass-media asupra audienței există trei ipoteze: fie oamenii sunt subjugăți puterii covârșitoare și manipulative a media (teoria ”glonțului magic”), fie efectele media sunt mediate – chiar dacă indivizii au un discernământ scăzut în relația lor cu mijloacele mediatice, procesul de influențare este lent, pe termen lung, fie teoria potrivit căreia oamenii au discernământ, sunt capabili să aleagă modelele pozitive și să le sancționeze pe cele negative, nu sunt ușor de influențat dacă au un sistem axiologic bine fundamentat; publicul este cel care prin zapping selectează atât canalele de televiziune cât și conținuturile media. Această teorie funcționalistă este cea mai apropiată de valorizarea receptorilor media, dar se aplică mai degrabă unor segmente reduse ale populației, elitelor sau celor conservatori și nu maselor de adolescenți dornici de modele, de idoli, mereu în căutare de noi soluții gratifiante prin plăcere și emoții puternice.

”Pe măsură ce societățile devin tot mai complexe, mass media furnizând servicii din ce în ce mai sofisticate, ajung treptat să fie indispensabile. Mass media nu furnizează doar diverse informații fundamentale, ci și multiple posibilități de evadare. Prin urmare, devenind un furnizor dominant de informații și divertisment, mass media înlătură progresiv alte surse, fapt ce-i permite să-și desfășoare efectele simultan, pe plan cognitiv, afectiv și comportamental (G. Ferreol, A. Neculau, 2003, p. 183).

Potrivit acestui model psiho-social, s-au conturat câteva perspective asupra rolului pe care îl are televiziunea în comportamentul violent al tinerilor:

1. Abordarea catartică: televiziunea văzută ca mijloc de eliberare a agresivității, în mod similar mecanismului de sublimare despre care scria Freud (este totodată mijloc de defulare prin proiecție);

2. Analizele făcute în termeni de stimuli negativi: televiziunea văzută ca sursă de stimuli agresivi care determină un comportament violent prin amplificarea tensiunii emoționale. Mai mult decât atât, prin modul în care sunt prezentate anumite scene, televiziunea determină ce este just și ce este injust.

3. Întărirea: agresivitatea prezentă în mass media întărește, intensifică agresivitatea naturală a indivizilor. În acest mod este activată predispoziția indivizilor de a fi violenți.

4. Ucenicia prin observație: învățarea violenței prin imitație; comportament mimetic al celui din fața televizorului.

5. Cultura violenței: programele tv induc teamă și anxietate – adrenalina care curge prin vene atunci când vezi un cadavru uman zdrobit pe șosea la știri este unul dintre cele mai ieftine droguri. Ai parte de senzații tari pentru că ți se poate întâmpla și ție mâine, astăzi sau chiar acum.

În perspectiva acestor abordări psiho-sociale, ”televiziunea nu inventează violența, ci o pune în scenă și o ajută să pătrundă în casele noastre” (G. Ferreol, A. Neculau, 2003, p. 188).

Distincția dintre agresivitate și violență este foarte importantă în aceste abordări, cum precizează coordonatorii lucrării de referință, publicată în țara noastră: Gilles Ferreol și Adrian Neculau. Sunt prezentate

definiții și înțelegeri paradigmatică ale agresivității: potrivit paradigmei psihanalitice (autorii preferă să o denumească "fiziologică"), agresivitatea este un instinct înnăscut, primar, este chiar "pulsionea vieții", opusă "pulsionei morții" (S. Freud). În termenii lui Freud este opoziția dintre Eros și Thanatos, adică dintre pulsionea sexuală (sexualitatea fiind un instrument generator sau cel puțin favorizant pentru agresivitate) și instinctul/teamă morții. Mai curând aparține unei "paradigme fiziologice" teoria lui K. Lorentz despre cromozomul suplimentar y sau "gena criminală", potrivit căreia agresivitatea este expresia emergentă a unor factori genetici. Dar în viziunea psihanalitică propriu-zisă, agresivitatea este rezultatul mecanismului psihosocial al frustrării. În lucrarea citată, frustrarea ca sursă și mecanism al agresivității și în consecință al actelor de violență este explicată, sub diversele sale fațete și consecințe. Mai întâi, autorii apreciază că indiferența și dezinteresul (altora față de noi) sunt forme de violență simbolică. Acestea îmbracă concretizări variate: nerecunoașterea meritelor personale și a statutului social, nerecunoașterea culturală, nerecunoașterea la nivel individual (a nu avea stimă de sine și a nu primi stima celorlalți), a nu fi "dezirabil social" (dezirabilitatea socială se bazează pe compararea socială, pe interacțiune și competiție socială pentru apropierea de un model uman), nerecunoașterea unor simboluri cu valoare de autoritate și de valori ale unui grup social provoacă frustrare și, finalmente, conduce la acte de violență. Autorii citați disting între consecințele frustrării mai multe forme de violență: "violența reactivă" (ca răspuns la o frustrare sau la un act efectiv de agresiune); violența "deliberată" (programată, planificată); violența "instrumentală" care folosește mijloace fizice și violența "emoțională". Frustrarea devine sursă de agresivitate și violență mai ales în lumea modernă, odată cu evoluția modelelor familiale (accentuarea dominație masculine), cu formarea marilor aglomerări urbane cu cartierele lor periferice (scăpate de sub controlul social) și cu formarea de subculturi, legate de "cultura" străzii (grupurile marginale, deviate, delincvente, denumite "grupuri la colț de stradă"). Este vorba de slăbirea funcției inhibante și de control social a "supraeului social". Înțelegem că teoria freudistă a frustrării eului nu se reduce la un psihologism primar, căci sunt luați în considerare și factorii sociali ai frustrării sau ai sublimării agresive a acesteia, mai ales în contexte de slăbire a acțiunii "supraeului" ca mijloc de dezinhibare socio-culturală.

O altă variantă a paradigmei psihosociale se bazează pe principiul "agresivității învățate" (tema va fi dezvoltată inclusiv în raport cu stimulii mediatici de către Bandura – cum se va preciza în paragraful următor).

Concluzia indubitabilă a acestei abordări este că agresivitatea (fie ea înțeleasă ca o pulsione instinctuală care ține de apropierea naturală dintre om și animal, fie ca rezultat reactiv al mecanismelor frustrante sau ca o parte a învățării sociale) este inerentă ființei umane, indiferent dacă este înnăscută sau dobândită în interacțiunile umane. Dar, pe de altă parte, este de reținut că manifestările ei în comportamente violente țin de conjuncția a numeroși factori socio-culturali, de modul în care este socializată ființa umană, de reprezentările omului asupra violenței.

Pentru o abordare corectă a violenței este esențial – cum s-a subliniat în acest capitol, să se rețină importanta distincție dintre noțiunile de agresivitate și de violență. În ce ne privește, reținem două pertinente definiții ale agresivității, din volumul coordonat de G. Ferreol și A. Neculau: "... agresivitatea poate fi un refuz al rupturii, al respingerii, al ținării la distanță a unui individ de către altul sau de către un grup, respingerea fiind reală sau imaginară (simbolică, am spune noi), dar în acest caz limită, actul violent ține loc de revanșă și de manieră de a exista" (G. Ferreol, A. Neculau, 2003, p.10), și "agresivitatea reprezintă un motor energetic al comportamentului uman. Împreună cu anxietatea, ea este prezentă în reușitele de excepție, asigurând un comportament combativ, susținut. Comportamentele de luptă, de rezolvare a problemelor, de supraviețuire în cele mai dificile situații se bazează pe agresivitate" (*idem*, p.141).

Nu era, desigur, în preocupările autorilor, să extindă analiza agresivității (ca un element înnăscut sau dobândit de ființa umană, ca nou instinct, o pulsione sau o dispoziție învățată) la analiza reprezentărilor violenței, în producțiile mediatică, mai ales televizuale. Oricum, pornind de la aceste definiții ale agresivității putem înțelege amalgamul agresivității și al violenței în conținuturile programelor de televiziune: cel mai adesea violența mediatică este scenarizată într-un mod "naturalizant" (confundată fiind cu agresivitatea înnăscută sau socialmente un rezultat inerent al frustrărilor și ca soluția de răspuns legitim la stimuli agresivi). Confuzia dintre agresivitate și violență constituie sursa principală a modului deformant, exagerat și periculos în care este reprezentată violența în scenele/imaginile de televiziune. De aceea, este important să insistăm asupra diferenței dintre cele două și despre rolul decisiv al socializării, inclusiv prin mass media, nu doar prin

familie și școală, în autolimitarea pornirilor agresive și deci în limitarea actelor de violență individuale și de grup. În genere, producțiile mediatice acționează în reprezentările lor după un dublu mecanism: ”culturalizarea și umanizarea agresivității” și ”naturalizarea violenței,.. Astfel, agresivitatea este prezentată ca făcând parte din psiho-fiziologia ființei umane, ca un atribut al omului asemănător cu al oricărei alte specii de animale, fiind însă socialmente controlabil, violența apărând atunci culturalmente ca o formă cu caracter natural. Cele mai frecvente reprezentări mediatice ale violenței sunt scenarizări justificative sau în orice caz atrăgătoare ale pornirilor agresive, semnificând reducerea omului la o ființă predominant animalieră, fie că este vorba de brutalitate, de forță, de curaj, de comportament combativ, de luptă sau de performanță. Regăsim în violența televizuală, de fapt, reprezentări ale agresivității primare, în forme dintre cele mai variate, de la ludice la eroizante. Ce se maschează prin această amalgamare? Faptul că agresivitatea nu este pentru ființa umană, socializată cultural, structură fundamentală, că omul conține în germene doze de agresivitate, nu este obligatoriu o ființă primordial violentă. Violența nu poate fi transpusă în valoare fundamentală a conduitei umane. Se uită că agresivitatea este un dat instinctual, pe când violența de comportament intră în sfera valorilor, iar în această perspectivă nimic nu justifică ipostazierea ei (transpusă din datul natural al agresivității) într-o lege universală a lumii sociale. Prea de puține ori violența este scenarizată ca un derivat al agresivității în contexte culturale inadecvate și precare. Adică, în mod normal, ca o conduită evitabilă culturalmente.

Abordarea generală pe care o propunem abundenței de scene violente pe micul ecran este întreținută de confuzia dintre natură (amplificarea impulsurilor agresive) și cultură (folosirea scenelor violente ca legitimări socio-culturale ale agresivității), prin mijlocirea suprareprezentării emotivității.

Unii autori consideră că dacă agresivitatea, înțeleasă ca un instinct înnăscut și până la un anumit punct posibil utilă, violența este dobândită în interacțiuni umane generatoare de frustrări sau caracterizate de interacțiuni în care intervin prejudicieri fizice, morale, psihologice. Solicitând captarea emoțională a telespectatorului, televiziunea tinde să amplifice până la limitele absolutului astfel de interacțiuni, naturalizându-le și prin simplul mecanism al repetitivității și al amplificării. De aceea, cum a constatat de mult G. Gerbner, lumea televizuală este mult mai violentă decât lumea interacțiunilor interindividuale și de grup.

Dar în spectacolul televizual al violenței se amalgamează nu doar agresivitatea (instinctuală) și violența (dobândită în anumite contexte interacționale deficitare, sau supraexpusă mediativ ca ingredient senzaționalist), ci și lumea simbolică și cea dinafara micului ecran. Căci în zilele noastre parcă totul se petrece pe micul ecran – aceasta fiind una din consecințele ”efectului de real” al televiziunii, teribil de perturbator mai ales pentru copii. Pentru copil este aproape imposibil să înțeleagă caracterul ficțional al împușcăturilor, omuciderilor, terorizării din filmul de acțiune și de groază. Pentru el, acestea sunt la fel de reale ca și înfruntările, mai mult sau mai puțin violente la care este martor sau la care participă ca actor. În plus, el trăiește emoțional mai intens ceea ce vede la televizor ca scene de violență. Mai ales dacă avem în vedere că estetica violenței televizuale se apropie uneori de limitele sublimului spectral. Consecința pentru copil este că în relaționarea sa cu acest spectacol predomină atracția în dublul mecanism al plăcerii și al refuzului, și are ca efect perturbator (deseori subliminal) groaza, coșmarul în somn.

Nevoia televiziunii de captare, propensiunea spre violență a televizualității ca medium, spectacularizarea senzațională (pentru a suprapune inteligibilitatea emoțională a lumii peste inteligibilitatea rațională), efectul de ”real” al televizualității (amestecul indistinct dintre ficțional și real) – toate acestea înclină televiziunea spre producerea unei ”culturi a violenței” – dincolo de intențiile teleaștilor sau, în orice caz, dincolo de conștientizarea de către aceștia a urmărilor sociale generate prin semnificările asociate actelor violente. Nu este plauzibil că cineăștii sunt porniți în corpore – cel mult sunt incitați de competiție – să-i îngrozească pe copii, să formeze generații îmbolnăvite de microbul violenței. Sistemul industriei mediatice este de așa natură încât produce din abundență știri ”proaste” (a capta marele public), emisiuni de nivel mediocru și submediocru și mai ales programe înțesate de violență. Cum, mai ales la nivelul copiilor, rezistența individuală la acest sistem este practic anihilată, s-au impus măsuri de contracarare instituționale (autoritățile naționale de reglementare a audiovizualului), educațională și legislativă. Unui sistem instituționalizat și profesionalizat în scenarizarea mediocrității, vulgarității, obscenității, violenței (ingredientele acestei subculturi televizuale) i se opun un sistem coercitiv și protector – nu o cenzură – precum și rezistențele din interiorul industriei televizuale – scenariștii, realizatorii și producătorii de emisiuni de calitate.

Revenind la tema-cheie a distincției dintre agresivitatea înnăscută (prin care se explică prezența inevitabil universală, în forme dintre cele mai variate, a violenței în lume) și actele de violență (prelungiri sau reacții la agresivitate, condiționate socio-cultural), vom cita criteriile propuse de Michel Floro în 1996 pentru a explica diferențele dintre cele două:

1. **criteriul ontologic:** agresivitatea este predominant interioară, iar violența este mai mult exterioară;

2. **criteriul funcțional:** agresivitatea este o potențialitate care permite orientarea și dirijarea acțiunii, chiar formarea unei strategii, pe când violența este adaptată obiectivului de atins;

3. **criteriul etic:** agresivitatea este acceptabilă dacă rămâne la stadiul de potențialitate care permite depășirea unor situații și rezolvarea unor probleme; violența este, în schimb, inacceptabilă, fiind o acțiune care produce suferință. Mediul familial dezorganizat, mediul social de indiferență, neimplicare și nepăsare, carențele individuale și anumite particularități individuale, cum ar fi egocentrismul, lipsa sentimentului de culpabilitate și de responsabilitate, slăbirea mecanismelor voluntare de autocontrol – devin cauze ale comportamentelor violente (*apud* G. Ferreol, A. Neculau, 2003, pp.141-143).

Agresivitatea internă, înnăscută (dar și dobândită) stimulată prin privări și frustrări repetate conduce la comportamente violente de natură transgresivă, deci împotriva regulilor și normelor sociale, ca și împotriva celor care le susțin sau le reprezintă. Dar nu toți copiii sau alți indivizi (toți având în grade diferite impulsuri agresive) se manifestă violent; ceea ce se poate reproșa – între altele – multor programe de televiziune este că nu se ocupă de autoreprimarea pulsioniilor care conduc, în anumite contexte, la efectul conduitelor violente. Sunt aproape inexistente emisiunile în care să fie scenarizate interiorizarea interdicțiilor și a prescripțiilor normative antiviolente sau a actelor legitime (din păcate și acestea tot violente) ca reacții de apărare sau de prevenire a promotorilor trecerii de la agresivitatea internă la violența manifestă.

În finalul acestui paragraf, trebuie să remarcăm faptul că tardiv abordările psihosociale ale agresivității și violenței au fost dublate și în România de studierea semiodiscursivă a violenței mediatice, mai ales televizuale. Impactul televiziunii ca factor simbolic de socializare prin programe care pun în scenă mai curând agresivitatea și manifestările violenței decât autoreprimările acestora nu poate fi înțeles fără o analiză semiotică și semiodiscursivă a ”textelor” conținând violență sau a discursurilor generatoare de acte violente. Este tocmai sensul cercetărilor grupului nostru, începute în anul 2004 și reluate în anii următori. Măsura în care televiziunea acționează ca un stimul al agresivității sau, dimpotrivă, ca un liberator cathartic, ca un impuls mimetic al comportamentelor violente, ca un dezinhibant desensibilizator de violențe depinde, finalmente, de modul de prezentare a violenței pe micul ecran, de modul cum este ”arătată” și mai ales cum este semnificată violența. Potențialul de influențare a comportamentului individual – mai ales la copii, adolescenți și tineri - ține nu doar de ”cantitatea” de violență conținută/reprezentată/produsă în emisiuni, cât de modurile de a o scenariza/semnifica/ de a produce înțelesuri, de tipurile de violență scenarizate.

Chiar dacă aceste studii consacrate analizei violenței televizuale sunt inspirate metodologic cu precădere de semiotică, de analiza de conținut sau de analiza de discurs, ele se sprijină în bună măsură pe ansamblul teoriilor, independent de discipline, despre agresivitate și violență. De aceea, ni se pare utilă o reamintire, fie și sumară, a acestor teorii, precum și a unor studii de referință.

### **3. PROGRAMAREA ȘI EXPUNEREA LA VIOLENȚA MEDIATICĂ ȘI EFECTELE ACESTEIA: ÎNTRE TEAMĂ, SEDUCȚIE ȘI ORIENTARE AGRESIVĂ**

Cercetarea efectelor se înscrie metodologic în trei tradiții: 1. studii experimentale, după un model, în esență, bahaviorist, concluzionând în genere asupra mărimii agresivității tinerilor, a insensibilizării, angoaselor și fricii; 2. cercetări de psihologie socială asupra socializării, după care conținuturile violente ale tv și altor media au un rol important în construirea identității individului (mai ales a copiilor și tinerilor) și a raporturilor acestora cu lumea; 3. o perspectivă constructivistă – explorarea relației spectatorului cu violența reprezentată după trei ipoteze contradictorii (catharsis, mimesis, intoxicare), ceea ce conduce la evidențierea unui efect contradictoriu al conținuturilor violente din programele tv, care oscilează între fascinație (mai atrăgătoare, fiind spectaculoasă) și respingere. Violența poate fi înțeleasă – când o raportăm la media – ca plăcere-fascinație, frică sau speranță, ori „căutarea experiențelor limită”, atât de frecvent reprezentate în ficțiunile tv. Nu se poate ignora relația dintre violență (supraexploată de televiziune) și „iraționalul” existent în psihologia individului. A nu uita, de asemenea, că societatea și legăturile sociale se bazează pe interdicții normative ale violenței, din păcate, slăbite prin formarea unei „culturi a violenței” cu largul concurs al altor media (Violence et médias, în Claire Bélisle et al., Pratiques médiatiques, 2005, CNRS Editions, Paris, pp. 395-399).

O primă constatare a cercetărilor (pe care o verificăm și în țara noastră) constă în faptul că prezentarea mediatică a violenței și expunerea la aceasta au devenit un ritual cotidian în toate căminele și din cea mai fragedă copilărie.

Totuși, cercetările arată că impactul este selectiv, preferințele și modul în care sunt percepute reprezentările violente variază în funcție de un număr limitat de factori ca: disponibilitățile subiecților față de un media sau altul, față de un gen de prezentare; nivelul social; vârsta, sexul și modurile de selectare a emisiunilor (aceste variabile sunt incluse și în studiul nostru).

Încă primele cercetări din anii '50 (W. Schramm, un „clasic” al studiilor media) au indicat două tipuri fundamentale de preferințe ale telespectatorilor: 1. cele care sunt orientate spre povestiri și reprezentări producând o gratificație imediată (crimă, corupție, accidente, catastrofe, sporturi și jocuri extreme, divertisment, cronica mondenă, fapte diverse, probleme umane); 2. cele orientate spre povestiri, reprezentări și imagini care produc o gratificație amânată (afaceri publice, probleme economice și sociale, știință, educație, sănătate etc.).

Alte cercetări au arătat că preferințele băieților pentru povestiri despre asasinat, furturi și accidente erau cu 10% superioare față de cele ale fetelor (deci variabila „sex” este importantă).

Cercetări precum cele ale lui Signorielli au scos în evidență că, mai ales în intervalele orare de maximă audiență, publicul larg, în care sunt cuprinși și copiii, nu are de ales, în aceste intervale producându-se o concentrare masivă de imagini ale violenței (în emisiunile informative sau în seriale și telefilme, dar și în promo-uri).

Au fost mai importante pentru orientarea studiului Centrului nostru cercetările care au arătat că popularitatea emisiunilor violente și obișnuințele copiilor în relația cu televiziunea sunt puternic influențate de părinți (de preferințele și obișnuințele de televizionare ale părinților).

Sugestive pentru noi au fost și cercetările care arată corelația dintre popularitatea unor emisiuni (cote ridicate de audiență) și ora (intervalele orare) la care sunt difuzate (de unde și disputa dintre programatori care plasează programe de atracție bazate inclusiv pe violență la orele de maximă audiență, în care sunt prezenți și copiii, și instituțiile de reglementare a audiovizualului, care au adoptat un model de programare vizând plasarea emisiunilor violente la ore mai târzii).

Concluzia principalelor cercetări (supusă verificării și în studiul nostru) este următoarea: „gradul de expunere la violența mediatică depinde mai mult de politica editorială a media, a televiziunilor în special și de apartenența la anumite grupuri, decât de alegerile operate de telespectator” (deci, contrar unor idei susținute de industriile mediatică, violența nu este capabilă prin ea însăși să captiveze un număr sporit de



telespectatori: esențialul ține de o programare care concentrează astfel de emisiuni în orele de maximă vizionare – ceea ce reduce marja de alegere a indivizilor, inclusiv a copiilor – și de interese economice: producerea de seriale violente, după formule și rețete deja utilizate revine mai ieftin decât inventarea și crearea de noi tipuri de emisiuni, mai complexe, și deci mai costisitoare). Deci, factorul programare și factorul economic condiționează popularitatea și audiența emisiunilor violente în mai mare măsură decât atracția în sine a violenței. De unde și importanța capitală a reglementărilor privind restructurarea programării și a politicilor editoriale ale televiziunilor, pentru a reduce nivelul expunerii copiilor la programe violente.

Percepția. Noțiunea se referă la „procesul prin care individul interpretează stimulii senzoriali, în lumina experienței sale și a așteptărilor momentului”. De unde și pertinenta anchetelor prin care subiecții (inclusiv tinerii) sunt interogați asupra modului în care interpretează stimulii la care sunt expuși, deci și a scenelor violente de la televiziune. Ceea ce permite a deduce o concluzie despre efectele scenelor violente asupra indivizilor, inclusiv idei de orientare a cercetărilor:

1. Pentru copii violența este mai puțin traumatizantă (Snow, 1974) când este prezentată într-un context ludic, cum sunt povestirile umoristice.

2. Decorul emisiunilor are o influență deloc negliabilă.

3. Identificarea cu un personaj face ca acțiunile să pară mai violente (Robinson, 1981).

4. Un studiu complet asupra expunerii repetate a copiilor la scene violente (Van der Voort, 1986, p. 199, apud G. Gerbner et alii, 1994, p. 25) a arătat că cu „cât aceștia sunt mai mult timp în contact cu violența tv, cu atât mai puțin ei o percep, dar cu atât mai mult ea le produce plăcere și le pare mai acceptabilă”, aceasta fiind o a doua ipoteză a studiului nostru.

5. Totuși, este „imposibil de verificat prin anchete obișnuite dacă și în ce măsură un mod durabil de a gândi și a acționa este rezultatul unui tip anumit de mesaj particular sau mai curând al unei expuneri constante la ansamblul programelor tv și a sistemului de emisiuni difuzate (modul în care se îmbină realism, fantezie, seriosul, umanul, violentul în meniul cotidian servit de televiziune)”. Mai este de precizat că violența coabitează aproape natural cu televiziunea, cu specificul acesteia ca medium tehnopsihologic: violența este un element ideal pentru finalitatea de seducție și captatie spectacular-senzațională a televiziunii. Este vorba, între altele, de captarea atenției publicului prin activarea emoțională a mecanismului de orientare. Totodată, chiar simpla vizionare a programelor tv (din ce în ce mai trepidante, zgomotoase și terifiante) reprezintă un mod de violentare a atenției și minții umane.

În anii '70-'80, cercetările privind relația dintre violența mediatică și comportamentele agresive ale indivizilor (de la copii și adolescenți la adulți) s-au concentrat asupra impactului violenței programelor tv asupra agresivității.

Marile anchete (din care am extras idei și pentru cercetarea noastră) au fost, în ordine cronologică, următoarele:

– studiile Payne Fund asupra filmelor din anii '30;

– analizele asupra benzilor desenate (Westhem, 1954);

– celebrele anchete Himmelweit (1958, 1960 etc.) asupra relației copiilor cu televiziunea în Marea Britanie;

– experiențele de laborator ale lui Bandura (1963, 1968, 1975, 1979 etc.) pentru măsurarea impactului violenței televizuale asupra copiilor de vârstă preșcolară;

– cercetările lui G. Gerbner și colab. asupra indicatorilor culturali ai violenței (1960, 1986 etc.);

– și alte cercetări numeroase.

Unele concluzii ale acestui șir lung de cercetări, care continuă și azi și din care au fost citate doar unele, sunt:

1. Seria studiilor conduse de Phillips (1974 - 1984, 1990 etc.) a dedus existența unui raport între anumite acte arătate la televiziune și acte analoage comise în viața de toate zilele de copii, adolescenți și adulți.

2. Anunțurile din media referitoare la sinucideri și acte de violență sunt urmate de creșteri ale actelor de violență.

3. Formele de violență recunoscute cultural (legitimate) fac ca tinerii înclinați spre violență să ajungă mai ușor la comiterea de acte de violență.

4. Majoritatea cercetărilor, cu diferite nuanțe, constată că „violența vehiculată prin media este, într-o anumită măsură, sursă de agresivitate”. Doar Himmelweit se îndoiește de existența unei relații directe, dar admite că violența mediatică are ca efect de a-i face pe indivizi mai puțin conștienți de consecințele pe care aceasta le antrenează, ca prim semn al riscului de „desensibilizare” (G. Gerbner *et alii*, 1994, p. 25). Experiențele de laborator ale lui Bandura au permis constatarea că violența televizată sau filmată are ca efect „reducerea la copii a inhibiției în materie de violență”, dezvoltarea unui comportament mai agresiv și „învățarea de a deveni mai agresiv” (*idem*). „Mai mult, faptul de a vedea modele agresive ținând de realitate, de reproducerea acestora în filme sau a personajelor agresive din benzile desenate generează la copii un comportament agresiv, mai ales atunci când, în cursul experienței, este creată în mod artificial, o stare de frustrare” (*idem*). Există, desigur, limitări ale experiențelor de laborator (caracter artificial), ca și ale anchetelor de teren (dificultatea de a stabili raporturi de la cauză la efect, lipsa posibilităților de a controla variabilele și de a compara eșantioanele). De aceea, metodologic este preferabil a fi utilizate, complementar, investigații experimentale de laborator și investigații de teren, de preferință longitudinale.

5. Studii longitudinale interculturale pe scară extinsă efectuate în Finlanda, SUA și Austria au susținut ideea relației dintre violența mediatică și cea reală (variabile importante fiind capacitățile intelectuale ale copilului, raporturile cu părinții și raporturile sociale generale).

6. Studiile americane (Atkin, 1983) ca și altele similare efectuate în Australia și în Germania pentru a se stabili dacă scenele reale conduc la agresivități în mai mare măsură decât scenele fictive în cazul copiilor. S-a dovedit (prin benzi video special construite) că „scenele violente făcând parte din actualitatea socială reală generează mai multă agresivitate decât cele cu caracter ficțional”.

7. Studiile inițiate de G. Gerbner (cunoscute sub denumirea de „indicatori culturali” ai violenței) au susținut concluzia că violențele din media măresc sentimentele de angoasă și de insecuritate „în rândul populației, ca și a sentimentelor de teamă”, „dorința de a posedea avere, neîncredere și o anumită alienare”. În plus, „formele de violență transmise de televiziune măresc vulnerabilitatea spectatorilor” în funcție de grupuri (telespectatorii care văd că grupul lor este statistic mai amenințat, încearcă mai acut sentimente de teamă și de neîncredere și insecuritate).

8. Televiziunea și violența televizuală ocupă un loc preponderent în studiul violenței mediaticice pentru un motiv simplu și evident. În ciuda multiplicării canalelor, televiziunea se impune ca mediul cel mai presant și mai puțin selectiv: dacă fiecare poate alege sau nu o povestire violentă, „violența televizuală este, practic, inevitabilă” pentru toată lumea, în virtutea programării generalizate a violenței în aproape toate canalele, în intervalele orare de maximă ascultare. De aici și importanța, inclusiv pentru cercetările grupului nostru, a căutării unui răspuns la întrebarea: absorbția violenței mediatizate este cea care determină preferința pentru programe violente sau invers? Nu cumva indivizi înclinați spre agresivitate și acte violente aleg spectacolul violenței pentru a-și întări înclinațiile lor?” (G. Gerbner *et alii*, 1994, p. 29).

„Răspunsul este dublu. Mai întâi, prin media utilizabile selectiv, predispozițiile legate cu diverse influențe pot efectiv antrena alegerea de materiale conținând violență, ceea ce, în sens invers, poate întări respectivele predispoziții”. Cu televiziunea lucrurile stau diferit: „Aici, pentru că televizorul este mai mereu deschis” copiii absorb violența fără să fi fost expuși în prealabil. Predispozițiile care, pentru alte media, pot influența asupra materialelor care vor fi văzute, rezultă ele însele, într-o mare măsură, din influența deja exercitată de televiziune:

„Problema nu este atât de a ști ce determină alegerile consumatorilor, cât numărul de ore petrecute privind televiziunea și modul în care telespectatorii reacționează la conținuturile mesajelor primite”.

„Trebuie deci să ne întrebăm nu dacă violența transmisă de media generează sau nu cutare sau cutare tip de comportament – ca violența reală –, ci în ce mod informațiile și spectacolele pot influența asupra diverselor scheme de gândire și de acțiune ale copiilor” (G. Gerbner *et alii*, 1994, p. 31).

În finalul acestui paragraf, câteva concluzii specifice pot fi notate, urmând ca unele idei să fie precizate în paragrafele următoare:

Este probabil că violența reprezentată de media exercită o anumită influență, într-un mare număr de cazuri, dar rareori ca factor unic.

Oricât de mari ar fi repercusiunile violenței mediaticice, aceasta nu poate explica singură (Tan, 1986), toate manifestările de agresivitate și de violență cunoscute în lume.

„Cercetările ale căror rezultate răspund într-o anumită măsură la chestiunea generală de mai sus au fost efectuate mai ales în perioada anilor '70-'80 sub formă de mari proiecte finanțate din fondurile publice. Un număr de efecte ale reprezentării violenței și terorii au fost decelate: întărirea pulsivității agresive; obișnuirea cu violența; depersonalizarea și izolarea delincvenților; declanșarea sporadică de acte de violență; sentimente subtile de vulnerabilitate și dependență la cei care aparțin grupurilor a căror existență reflectă imaginea unei lumi reale și periculoase”, precum și ceea ce Gerbner a denumit „sindromul lumii rele” (G. Gerbner *et alii*, 1994, p. 31).

Aceste concluzii devin obiective centrale, teme și metode de cercetare ale Centrului nostru: esențială este detectarea schemelor de gândire și de acțiune ale copiilor, a structurilor cognitive și afective și comportamentale ale copiilor expuși masiv la programe tv, benzi desenate, jocuri video, publicitate și desene animate. Mai multe cercetări au confirmat în timp ideea originală a lui G. Gerbner după care violența televizuală îi conduce pe oameni să supraestimeze violența din lumea reală (noi am numi această consecință „efect de amplificare”), făcându-i să vadă peste tot și în orice timp pericole și riscuri iminente, să trăiască cu sentimentul amenințării cu potențiale agresiuni, făcându-i mai irascibili, mai temători, mai stresați. Este aici și un efect derivat: violența este percepută ca scuzabilă pentru preîntâmpinarea riscurilor față de agresiuni, chiar ca universal legitimă. Paradoxal, teama de violență (indusă multor telespectatori de către televiziune) accentuează, încurajează și legitimează violența și agresivitatea.

Efectele violenței televizuale sunt și de alt ordin. Este vorba de faptul (deja subliniat în această lucrare) că televiziunea este mediumul cel mai activ în a transmite violența (percepția și sentimentul violenței). Nici un alt media nu este atât de activ în a transmite violența, aceasta fiind un element ideal pentru captarea audiențelor (mai ales tinere) prin utilizarea „mecanismului de orientare”. Mai mult, vizionarea emisiunilor reprezintă ea însăși în mod inconștient o violentare a percepției, atenției și a minții umane (ritmul emisiunilor, imaginilor șocante, scenarizările paroxistice, personaje ca cele de vampiri, savanți nebuni, dezaxați, ucigași în serie, vitezomani ultrapericuloși, criminali de toate speciile etc.) sunt de natură să trezească reacții de orientare, care iau adesea forma reflexelor condiționate. Televizorul ne bruschează, fără a ne da seama, confortul și liniștea minții, violența televizuală acționând puternic prin mecanisme de implicare emoțională a telespectatorului.

Impactul imaginilor televizuale este condiționat mai ales de ceea ce americanul G. Comstock numea “relevanța psihologică și realistă” a stimulilor mediatici.

Nu trebuie să reducem influența violenței televizuale la efecte directe, imediate, punctuale, comportamentale: televiziunea dispune de o forță nebănuită în crearea imaginii sociale ca un imaginat violent și în susținerea unei culturi a violenței.

De altfel, cercetările Centrului Media și Noi Tehnologii de Comunicare iau în considerare o ipoteză mai generală, și anume că impactul televiziunii – în primul rând al violenței televizuale – asupra imaginii postmodern ține, în esență, de însuși mediumul tv, de particularitățile fluxului, ritmului, imageriei și discursului televizual în ansamblu. Toate aceste caracteristici tehnico-estetic-discursive ale televiziunii ca medium se regăsesc în emergența patternurilor culturale ale formării „generației catodice” pornind de la copilărie. Conform acestei ipoteze, violența televizuală constă tocmai în fluxul neîntrerupt, în ritm din ce în ce mai accelerat (supraritmul clipurilor și al spoturilor publicitare s-a generalizat în derularea ansamblului comunicării televizuale) în care defilează pe ecrane imaginile tv. Acestea îl copleșesc pur și simplu ca flux pe telespectator, printr-o violență care transgresează o imagine sau alta – fie ea agresivă, erotică, pornografică – , având ca efect un amestec de excitare și de depresie. „Dezbaterea recurentă asupra «violentei imaginilor» nu trebuie să privească în mod spontan doar o imagine sau alta, ci dezlănțuirea trepidantă a imaginilor, care ne împiedică a judeca ceea ce vedem pe ecrane și mai mult decât atât, a avea măsura realității lumii, ceea ce este și mai adevărat pentru copii” (l'Esprit, martie-aprilie, 2003, p. 122). În polemica despre analiza violenței televizuale (pe de o parte cei care insistă asupra măsurărilor punctuale ale emisiunilor având ca specific violența, și pe de alta cei care susțin că în ansamblu și prin natura sa ca medium, televiziunea este violentă), cercetările noastre împărtășesc ideea că televiziunea însăși reprezintă o comunicare mediatică intrinsec violentă, dar care poate fi ponderată. Ceea ce nu exclude necesitatea evaluării gradualității, tipurilor și formelor de violență, după canale, programe, emisiuni și contragerea exceselor de violență, mai ales în intervalele protejate.

Dar cea mai serioasă dificultate metodologică ridicată de evaluarea și clasificarea conținuturilor și imaginilor violente este legată de confuzia dintre „imaginile violenței” (violența zisă „reală”, dar și „ficțională”) și imaginile ele însele violente. În studiile noastre estimăm că nu putem defini și caracteriza toate „imaginile violenței” ca fiind în mod necesar violente.

Din aceste considerații conceptuale au derivat, pentru cercetare, două prescripții metodologice: 1. Durata expunerii la televiziune și a consumului televizual este indicatorul principal (în realitate frecvențele și duratele de expunere) pentru a măsura impactul televiziunii asupra formării a ceea ce se numește „generația catodică” și evaluarea rolului televiziunii în promovarea unei „culturi a violenței”, începând din copilărie. De unde importanța măsurării timpului petrecut mai ales de copii și adolescenți în fața ecranelor televizoarelor și a ecranelor ordinaoarelor; 2. Importanța majoră a variabilei vârstă în măsurarea consumului televizual și a efectelor acesteia, pornind de la ideea conform căreia copiii văd altfel și altceva în emisiunile tv, în comparație cu adulții, copiii atribuind imaginilor semnificații specifice. De aceea, studiul consumului televizual este gândit în funcție de tranșele de vârstă (vârsta preșcolară sau copilăria mică – de la 3 la 5 ani; vârsta celei de-a „doua copilării” – 6-11 ani; preadolescența – 12-15 ani; adolescența 15-18 ani; tinerii – 18-25 (30) ani). Mulți autori consideră ca esențială focalizarea studiilor despre consumul și receptarea televiziunii asupra celei de-a „doua copilării” (7-12 ani), cea în cursul căreia copiii privesc cel mai mult la televizor, putând fi în mare măsură impregnați de violența televizuală.

De asemenea, metodologic este important a ieși din dogma „efectelor directe, imediate și pe termen scurt” ale comunicării de masă și în special ale comunicării televizuale, pentru a măsura impactul violenței televizuale prin corelarea a trei variabile: 1. Conținuturi violente transmise prin televiziune; 2. Durata expunerii la televizor și 3. Vârsta receptorilor de programe de televiziune. Modelul de urmat este, în acest sens, studiul longitudinal american asupra 700 de familii trăind într-o zonă din Nordul statului New York. Cercetătorii au urmărit expunerea la televiziune și evoluția comportamentelor subiecților aceleiași eșantion, începând de la vârsta de 6 ani (1975), până la 22 de ani (1991), înregistrând apoi conduitele delincvente ale subiecților până în anul 2000. Cercetătorii nu s-au interesat de genurile emisiunilor privite, ci de durata expunerii subiecților la televiziune ca medium. Ancheta a trasat și reconstituit duratele expunerii la tv în copilărie, adolescență, tinerețe și începutul vârstei adulte. Acest studiu longitudinal observând pe o lungă durată de timp consumul televizual al subiecților din eșantion a permis concluzii valide privind impactul cumulat în timp al televiziunii asupra delincvenței subiecților din eșantion. Sunt menționate în continuare două constatări ale acestei cercetări longitudinale:

Timpul zilnic petrecut în fața televizorului în jurul vârstei de 14 ani și implicarea în acte de delincvență violentă către 16 ani au un indice ridicat de corelație, în condițiile unor factori contextuali: carențe educative; locuirea într-un cartier „criminogen”; venit familial redus; tulburări psihice frecvente.

Expunerea la televizor mai mult de 3 ore pe zi în jurul vârstei de 14 ani mărește semnificativ propensiunea tinerilor (băieți) să comită ulterior agresiuni fizice și încăierări, între 16-22 ani; expunerea mai îndelungată la tv nu are aceleași efecte asupra fetelor, în măsura în care se asigură controlul factorilor contextuali.

În ansamblu, anchetele longitudinale au evidențiat un efect bidirecțional: conduitele violente sunt favorizate de o îndelungată expunere la tv („marii consumatori” de televiziune, Gerbner) și de vârsta expunerii, ca și de contextele de viață ale subiecților (l'Esprit, martie-aprilie, 2003, pp. 119-120).

## **4.**

### **VIOLENȚA TELEVIZUALĂ ȘI RISCURILE PENTRU COPII. CERCETĂRI AMERICANE ȘI EUROPENE**

**N**umeroase dezbateri și analize iau în considerare fenomene care amplifică, în cazul copiilor, riscurile violenței televizuale: de la doi ani și jumătate copiii încep a deschide singuri televizorul; la trei ani știu să mănuiască telecomanda; în unele țări durata televizionării într-o săptămână este superioară timpului petrecut în școală. În continuare, sunt amintite astfel de date, referitoare mai ales la continentul nord-american (A. C. Nielsen et alii, 1990):

- Copiii între 2 și 5 ani petrec în medie 25 de ore pe săptămână privind la televizor.
- Copiii între 6 și 11 ani petrec în medie mai mult de 22 de ore pe săptămână privind la televizor.
- Copiii între 12 și 17 ani petrec în medie 23 de ore pe săptămână la televizor.
- 30% din persoanele de vârstă medie (în acest studiu vârsta medie a fost de 39,5) privesc la televizor

3 sau mai multe ore pe zi, în timp ce alți 61% privesc 1-2 ore pe zi (sursa: studiul din 1989 al lui L. Tucker de la Brigham Young University).

„Până în momentul când împlinesc 18 ani, majoritatea americanilor au petrecut mai multe ore în fața televizorului decât în școli, și cu mult mai mult timp decât au petrecut vorbind cu profesorii lor, cu prietenii sau chiar cu proprii părinți” (N. Minnow, C. LaMay, 1995).

- Până în clasa a I-a, majoritatea copiilor petrec echivalentul a trei ani școlari în fața aparatului tv
- 62% din copiii de clasa a IV-a declară că petrec mai mult de trei ore pe zi la televizor (sursa: Studiu realizat de Serviciul de Teste Educaționale, 1990, *apud* A.C. Nielsen et al., 1990).
- 64% din copiii de clasa a VIII-a declară că petrec mai mult de trei ore pe zi în fața televizorului (idem).

– Persoanele care au atins vârsta de 70 de ani au petrecut aproximativ 7 ani vizionând programele tv (Studiu realizat de Academia Americană de Pediatrie, 1990, *apud* A. C. Nielsen et alii, 1990).

Un studiu realizat în SUA în 1992 arăta că până la vârsta de 18 ani un tânăr a văzut prin intermediul televizorului circa 200.000 de acte de violență, ceea ce generează frică, insecuritate, percepție negativă a relațiilor umane și a lumii, dar și exaltare agresivă.

O statistică americană din 2001 aduce date noi în ce privește schimbarea relațiilor sexuale și a comportamentelor sexuale:

- în medie, un spectator din SUA și țările europene asistă la tv – la 10.000 scene cu conotații sexuale;
- problema apare din cauză că televiziunea abordează sexualitatea la „nivel infantil, superficial, gregar; latura afectivă este ignorată/estompată în 90% din scenele cu conotații sexuale”;
- actele sexuale sunt reprezentate în filme și seriale ca acte fizice primare, nu ca expresii ale unor sentimente umane.

Cercetările Fundației Kaiser, publicate în anul 2002 cu privire la materialele erotice prezente în peste câteva mii de programe aparținând tuturor genurilor din SUA au arătat că 64% din programele de televiziune ale unei canal american conțin materiale privind sexualitatea (4,4 scene pe oră), în 61% apar discuții despre sexualitate (3,8 scene pe oră) și în 32% apar prezentate explicit scene sexuale (2,2 scene pe oră). Dintre genuri, se arată că telenovelele conduc detașat cu 96% având în medie 5,1 scene pe oră, iar în final se află programele cu conținut realist din care doar 28% conțin materiale sexuale (4,5 scene pe oră). McLuhan sugerase că televiziunea contribuie semnificativ la hipertrofierea sensibilității sexuale, a rolului sexualității în viața indivizilor. „Generația tânără, afirma acest original cercetător al media, este orientată în întregime către o întoarcere la primitiv, lucru care se reflectă în costumația, muzica, părul lung și comportamentul ei socio-sexual. Adolescentul nostru devine deja o parte a unui clan din junglă. Pe măsură ce tinerii pătrund în această lume de clan, asistăm la o amplificare a sensibilității lor sexuale”. Dar acest fenomen relevat de McLuhan explică de ce televiziunea transmite atâta sexualitate: pentru că efectul acestui mesaj asupra publicului este foarte puternic, pentru că este foarte căutat și pentru că televiziunea se exprimă seducător prin erotism. Neuropsihologii oferă un răspuns parțial la această întrebare, ei arată că, experiența vizuală pe parcursul vizionării fiind excesiv de frustrantă din punct de vedere al atingerii, prin decuplarea telespectatorului de la cealaltă dimensiune a experienței umane, implicarea senzorială creează o anumită tensiune psihică afectând însuși raportul fizic al omului cu mediul în care trăiește. Acești tineri sunt mult mai sensibili la atingere, simt nevoia acestei experiențe, însă nu se raportează la ea nici din punct de vedere neurologic, nici psihic precum cei din generațiile anterioare, care încă din primii ani ai vieții beneficiază de un număr semnificativ de ore de percepție senzorială a realității. Institutul Național de Sănătate Mentală din SUA arată încă din 1982 că aspectul mai semnificativ pe care îl învață tinerii de la televizor este setul de mesaje privind caracteristicile și atitudinile pe care bărbatul și femeia trebuie să le aibă în relațiile sexuale. Cei mai mulți cercetători consideră că telenovela reprezintă programul cel mai senzational, cel mai inexact și generator de dependență prin referințele lui la sexualitate. Relațiile sexuale în afara căsătoriei sunt portretizate a fi de 8 ori mai obișnuite decât cele între soți, 94% din întâmplările erotice înfățișate în telenovele se desfășoară între persoane care nu sunt căsătorite (Greenberg, Abelman, Neuendeov, 1981). Aproape

niciodată personajele implicate în relațiile sexuale pe micul ecran nu se îmbolnăvesc de vreo boală cu transmitere sexuală, cu toate că în realitate una din șase persoane riscă să se contamineze cu o astfel de boală (Greengerg, Abelman, Neuendeov, 1981). Vizionarea canalelor tv accentuează tinerilor sentimentul că toată lumea de vârsta lor și-a început deja viața sexuală, iar aceasta a contribuit în ultimii 20 de ani la o scădere graduală dar constantă a vârstei la care tinerii au primul lor contact sexual (Braberman, Strasburger, 1993). Într-un alt studiu se arată că tinerii de liceu, care urmăresc intensiv telenovelele, estimează ca fiind mult mai mare numărul persoanelor divorțate sau al celor care au un copil nelegitim în lumea reală, decât cei care se uită mai puțin la televizor (Buerkel, Rothfuss și Myer, 1981, Carveth și Alexander, 1985).

Comisia juridică a Senatului American (1999) a constatat într-un raport că:

- televiziunea singură este vinovată de peste 10% din actele de violență ale tinerilor, iar în copleșitor de multe alte cazuri, are o influență foarte importantă în comiterea actelor de violență de către aceștia;
- 59% dintre părinții americani spun că progeniturile lor în vârstă de 4-6 ani (băieții) imită comportamentele agresive văzute la televizor;
- 40% dintre adolescenți au învățat cum să vorbească cu iubitul/iubita lor din emisiunile cu conținut sexual ale tv, stimularea sexualității precoce de către televiziune;
- 1 din 12 copii își încep viața sexuală la vârste precoce;
- clipurile publicitare au un ritm apropiat de limita subliminalului (1 imagine la 3-5 secunde) față de capacitatea perceptivă normală de o imagine la 16 secunde;
- proporția copiilor cu tulburări de concentrare, memorie, echilibru a crescut cu 600% în ultimele două decenii;
- timpul real mediu petrecut în școală într-un an de un copil american și european este de 900 ore; în schimb, în fața tv el petrece 1024 ore anual;
- lectura de carte a copiilor și tinerilor a scăzut de 10 ori din 1960 până în prezent;
- în Germania, Franța, Olanda obezitatea la copii a ajuns la 40% din aceste grupe de vârstă, din cauza sedentarismului (favorizat atât de televiziune cât și de calculator), a publicității la produse alimentare (mai ales dulciuri, sucuri, fast food etc.) care sunt „obezogene”;
- copilul tipic american asistă în timpul vieții lui la 8.000 crime și 100.000 de acte de violență televizate (sursa: Asociația Americană de Psihologie, 1993).
- preșcolarii au dificultăți în distingerea lumii reale de cea imaginară, mai ales când aceasta e prezentată la televiziune; vivacitatea acesteia face ca fantasticul să pară aproape ca și lumea reală (L. G. Katz, 1989, p. 10).
- o mare parte din ceea ce copiii văd la televizor este alcătuit din violență, reprezentată ca cea mai potrivită cale de rezolvare a problemelor interpersonale, de răzbunare a insultelor și ofenselor, de a obține dreptatea și toate lucrurile dorite de la viață (L. Eron, 1992, p. 143).

Deci, modul de reprezentare a violenței și duratele televizionării sunt un factor posibil (pentru mulți autori cert) de amplificare a agresivității și a violenței în viața reală, precum și de creștere a riscului îmbolnăvirilor.

Cum spune un scriitor: „Oamenii s-au schimbat. Ei par să aibă nevoie de știri, fie ele proaste, senzaționale sau greu de suportat. Se pare că informația și divertismentul televizual au înlocuit romanul, dialogul și chiar familia. Consumăm violența așa cum consumăm produse. Imaginile violente devin o marfă fabricată în masă. Singurul nostru efort este să facem diferența între un tip cu pușcă adevărată și unul din scenariul unui film cu violență (ceea ce este mai greu pentru un copil predispus în mai mare măsură la confundarea imaginarului și realului – n. ns.). Totul se petrece acum pe ecranul televizorului – aceasta este realitatea”.

În Franța, de pildă (dar situația este mai generală), diversitatea și ierarhia genurilor și a tipurilor de emisiuni vizionate este următoarea:

1. Ficțiuni, filme mai ales; telefilme; seriale;
2. Jocuri și varietăți;
3. Informație;
4. Magazine și documentare.

Locul 5 revine emisiunilor pentru tineret și copii (emisiuni de platou, seriale, desene animate); deci mai puțin de 10% din timpul petrecut în fața televizorului de copii/adolescenți.

Explicație: 1. “efectul de ofertă”: emisiunile pentru copii și tineret nu ocupă decât 7% din timpul de antenă (de difuzare) al canalelor hertziene; 2. intervalele orare de difuzare a acestor emisiuni (deci trebuie comparate audiențele cu oferta în programe și cu orele de difuzare) sunt importante: aceste emisiuni sunt difuzate (într-o proporție semnificativă) la orele matinale, înainte de plecarea copiilor la școală și când ei sunt disponibili pentru televizionare sau după-amiaza. Nu sunt însă difuzate în orele când și audiența copiilor, ca și a „marelui public” este cea mai ridicată, adică în „access prime time” și în „prime time”. Copii sunt „țintă” privilegiată sâmbăta și duminica dimineața, când copiii sunt suprareprezențați în audiență: 1 din 3 telespectatori este copil față de 1 din 10, media săptămânală (în Franța). Anchetele privind consumul televizual al copiilor (CNA, CURS, CSMNTC) și măsurătorile de audiență cu people meters confirmă că și în țara noastră cele mai puternice audiențe ale copiilor și tinerilor privesc emisiuni destinate „marelui public”: filme, jocuri, divertisment și ce locuri revin emisiunilor destinate copiilor.

## 5.

### RAPORTAREA COPIILOR LA EMISIUNILE DE FICȚIUNI ȘI LA CELE DE INFORMARE

Într-un clasament al emisiunilor celor mai vizionate (pe zi, pe săptămână) e de știut care este emisiunea pentru copii care ocupă locul cel mai înalt în ierarhie (în Franța desenul animat Titeuf era în 2002 pe rangul 12 al ierarhiei generale). În studiile de la noi a început a fi măsurată poziția serialelor și desenelor animate care ocupă locuri importante în ierarhia audiențelor pentru copii și tineret ca ocazii de atracții minunate, de identificare cu eroi copii, de a se întâlni cu umorul specific vârstei lor, de a se aventura pe teritoriul celor mari etc.

Analiza semnificațiilor televizionării ficțiunilor au fost sintetizate în formula: “ficțiunile exprimă o dorință progresivă de realitate” (Médéric Albouy). Aceasta înseamnă:

– programele pentru copii și adolescenți (ficțiuni, filme, seriale, telefilme, desene animate, americane, europene, românești) par a oferi celor de această vârstă întâlnirea cu eroi apropiați acestei vârste și corespunzând aspirațiilor lor. Eroii cu care se identifică mai curând copiii și adolescenții din România sunt vedete și chiar starlete, dar și personaje publice realmente proeminente din media, arte, cultură, sport.

În cercetările efectuate în alte țări se urmărește a evidenția în ce măsură sunt receptate și cum sunt interpretate două categorii diferite de ficțiuni: cele pentru tineret (și adulți) și cele pentru copii și adolescenți și ce fel de referenți culturali oferă acestea copiilor prin imaginarul propus:

1. Unele dintre aceste seriale și filme scenarizează grupuri de tineri, relații interpersonale de prietenie sau dragoste, ca și viața de familie. O întrebare-cheie care necesită răspuns: cum sunt percepute de către copii – de pildă, ca „moduri de a anticipa experiența autonomiei”, ca moduri de confruntare cu lumea adulților.

2. Diferența (de conținut), dar mai ales de percepție a desenelor animate (și altor emisiuni pentru copii), față de percepția celor pentru tineret: de verificat dacă desenele animate sunt văzute ca prezentări imaginare care îi feresc pe copii de lumea reală sau, dimpotrivă, ei exprimă, văzând aceste emisiuni, dorința „de a vedea realitatea” chiar când ea este idealizată. Se pare că dorința de integrare și înțelegere a realității este tot mai precoce. Aceasta ar putea însemna că acomodarea imaginară cu lumea adulților poate fi un mod de utilizare/gratificare a acestor programe.

Fantasticul, frisoanele, neobișnuitul constituie emoții căutate și trăite de copii (și așteptări față de emisiuni), îndeosebi de la vârsta de 7 ani – precum și paranormalul sau, dimpotrivă, descoperirile științifice, ca și spiritul de aventură (astfel de seriale par să-l inițieze pe copil, într-un registru imaginar, în teritoriul adulților, ceea ce poate explica succesul unor emisiuni la copii). Toate pot fi și expresii ale unei precocități mai timpurii, ceea ce nu exclude decodificările „incitatorii” și chiar aberante.

3. Este important să se acorde mai multă atenție contextelor în care sunt inserate actele de violență: „tocmai contextul este cel care face ca o conduită violentă să fie semnificativă, ca ea să fie recompensată sau pedepsită, ca ea să apară ca acceptabilă sau condamnată, iar consecințele să fie gratificante sau penibile pentru autorul violenței” (Claire Bélisle, Jean Bianchi, Robert Jourdan, (1999), Violence et médias, in „Pratiques médiatiques”, CNRS, Paris, p. 404).

Unele emisiuni (seriale) sau chiar desene animate pot fi receptate ca expresii ale unor pulsioni sau înclinații transgresive din partea copiilor (depășirea a ceea ce le este interzis, a regulilor stabilite de părinți sau de școală); este mai ales cazul receptării și căutării umorului îndrăzneț, chiar ușor impertinent, de fapt adult (cum sunt unele episoade, scene chiar din Titeuf sau din multe alte desene animate). Acest umor este posibil a fi trăit ca o încercare imaginară a regulilor vieții în comun – ale căror modalități de aplicare le sunt prezentate copiilor, în unele ficțiuni clasice, sub o formă „normală” sau sub unghiul „derizoriului” (încălțările sunt și ele o parte a vieții, mai legitime atunci când sunt expuse sub latura derizoriului sau a ludicului). În ficțiuni, încălcarea normelor de către personaje apare sub trei semnificații principale: 1. ca forme normale și logice într-un scenariu narativ; 2. sub unghiul derizoriului și banalului; 3. într-un registru al ludicului. La care am putea adăuga registrul eroizării. Toate aceste moduri de semnificare le fac mai acceptabile și mai acomodate lumii reale și interpretarea lor ca „parte a vieții”. Desigur, consecințele asupra indivizilor pot fi foarte variate: 1. pot deprima anumite persoane; 2. le pot șoca pe altele; 3. pot răni sensibilitatea multora; 4. îi pot încuraja pe unii să se inspire din ele și să le imite.

Rămâne ca cercetările să verifice dacă și în România se manifestă un supraconsum de ficțiuni care nu sunt adresate copiilor, în timp ce se constată un sub-consum (la copii) de „magazine” și „documentare” – 10% consum, în Franța, față de 30% în oferta propusă de televiziunile hertziene.

De unde și recomandările pentru atenuarea și prezentarea în forme mai puțin incitante a violenței:

a. **În ficțiuni:** Violența în termenii referențiali ai lumii reale trebuie să se distingă de violența ca efect al fanteziei și să fie supusă unor restricții mai accentuate în cazul unor elemente de conținut similare. Reciproc, reprezentarea violenței marcate drept imaginar poate fi mai largă. În programele care conțin referiri la violența reală trebuie prezentate publicului efectele finale ale violenței asupra făptașilor și asupra victimelor. Deși se admite că în cazul filmelor de gen (acțiune, science fiction, thriller) gradul crescut de convenție permite o prezentare mai explicită a violenței, trebuie totodată avut în vedere că în melodrame sau telenovele convenția poate avea efecte nedorite, în percepția sinuciderilor, de pildă, care pot afecta publicul.

– În programele pentru copii cu personaje reale, violența se va prezenta numai dacă este esențială pentru dezvoltarea personajelor sau a intrigii.

– Programele de animație care conțin violență stilizată și non-realistă nu vor avea violența ca temă centrală și nu vor stimula imitarea unor comportamente periculoase.

– Programele pentru copii vor trata cu atenție teme care pot induce copiilor sentimente de insecuritate, anume atunci când redau certuri sau evenimente tragice (decese) în familie, moartea sau rănirea animalelor, consum de droguri sau atacuri stradale.

– Programele pentru copii trebuie să evite promovarea de comportamente imitative periculoase.

– Programele nu vor conține scene de violență realistă care să inducă ideea că violența este modul cel mai eficient de a soluționa probleme sau conflicte reale.

– Programele nu vor minimaliza efectele violenței în viața reală.

– Programele nu vor conține elemente terifiante arbitrare, fără relație de continuitate cu tema programului.

Un rol important este rezervat controlului parental, care nu trebuie să devină un substitut pentru responsabilitatea directă a părinților și, mai ales, al responsabilității radiodifuzorilor.

b. **În știri și programe informative:** Violența va fi prezentă în știri și programe informative numai dacă prezentarea ei aduce o informație relevantă pentru teme sociale de ansamblu sau specifice, sau dacă este necesară pentru a semnaliza și conștientiza un pericol sau un risc general – individual sau colectiv.

Informațiile conținând scene de violență vor fi precedate de avertizări cu privire la potențialul efect de stres pe care îl pot avea asupra publicului în general sau asupra unor categorii speciale (minori). Se va avea în vedere ca poziția în jurnalele de știri a reportajelor conținând violență să nu creeze elemente suplimentare de șoc și să nu afecteze identitatea știrilor din imediata vecinătate.

Informațiile despre incidente violente care pot afecta minorii sau familiile trebuie prezentate într-o manieră cât mai puțin explicită. Dacă acest lucru nu se poate face, și dacă nu se contravine interesului public al necesității informării eficiente, acestea vor fi difuzate în intervale de regulă inaccesibile minorilor. Respectul pentru demnitatea ființei umane impune reguli speciale prin care să se evite excesul de realism atunci când sunt prezentate victime (în cazul în care aceste victime au o motivare excepțională).



Se va evita prin cumul de difuzare de programe cu violență motivate individual, pentru a nu se crea ca rezultat presiuni asupra publicului. Reportajele și știrile despre evenimente conflictuale sau acte teroriste nu vor fi prezentate în așa fel încât să incite la dezordine și violență sau să creeze panică. Prezentarea unor incidente violente sau a urmărilor acestora nu va fi controlată și cosmetizată în așa măsură încât relevanța informației să fie afectată sau să se creeze o imagine falsă despre condiția umană.

O sursă importantă de învățăminte oferă perspectiva teoretică și abordarea conceptuală propuse de președinta Comitetului BBC asupra violenței la televiziune, care în Introducerea la Directivele asupra reprezentării violenței în programele BBC (din 1993, London) spunea: „A decide dacă trebuie incluse sau nu elemente de violență în emisiunile de televiziune este complicat și delicat. Aceasta variază în funcție de context, de ora de difuzare, de conținutul emisiunilor care preced și care urmează, de starea de spirit a societății în care trăim. Elementele cele mai importante care vor orienta deciziile nu pot fi definite de aceste Directive. Ele se bazează pe bunul simț al producătorilor, pe sensibilitățile umane, pe sentimentul a ceea ce este judicios, adaptat și decent de a fi prezentat marelui public, un public care îi poate cuprinde pe proprii voștri copii, ca și pe ai altora, pe proprii părinți și familiile altora, dar și dezechilibrați sau pe cei care au fost confrunțați cu situații precise cum sunt cele prezentate pe ecran”. În continuare, aceasta mai relevă că: „Televiziunea pătrunde în interiorul a tot felul de oameni. Știm, de asemenea, grație studiilor de audiență, că există un public vast și variat, pentru toate programele. Niciodată audiența nu este compusă doar dintr-un public «țintă». Aceasta înseamnă că producătorul trebuie să reprezinte cu prudență situațiile forte și să facă toate eforturile necesare pentru a se asigura că telespectatorii sunt pe deplin avertizați de conținutul emisiunii, pentru ca ei să nu fie prinși în capcana unui subiect care ar putea să-i afecteze”. Această idee poate fi corelată cu faptul – stabilit prin măsurători de audiență – că în țările occidentale, copiii vizionează, în medie, în proporție de 80% emisiuni destinate adulților și că vârful cotei de televiziune a minorilor se situează în intervalul de prime time (orele 19.30-22.30), când ei îngroașă masa „marelui public”, expus masiv la programe violente.

„Sinteza cercetărilor și concluziilor ne face să reflectăm asupra faptului că raporturile dintre violența de pe ecran și violența din viața de toate zilele sunt extrem de complexe. Chiar dacă nu există o legătură directă de la cauză la efect, trebuie să recunoaștem că emisiunile violente pot, în același timp, să deprime anumite persoane, să le șocheze pe altele, să rănească sensibilitatea unora sau să le încurajeze pe altele să se inspire din ele și să le imite”.

Preocuparea producătorilor de programe trebuie să tindă la a minimiza, pe cât posibil, aceste efecte, întrebându-se: este oare aceasta necesar? Nu va fi o provocare gratuită o emisiune? Va îngrozi sau va neliniști ea și, mai ales, este prezentarea unei violențe justificată de context?

Două concluzii s-au dovedit utile, în practică: 1. Publicarea „directivelor” și a “avertismentelor”, pentru a-i face pe telespectatori conștienți și avertizați; 2. Reînnoirea contractelor și a acordării licențelor, aceasta obligând televiziunile la prudență și la difuzarea de „emisiuni acceptabile” – ceea ce ar însemna o politică a „morcovului și a bastonului” (J. Drumgoole, 1994, pp. 45-47).

În prezent studiile se concentrează asupra evaluării:

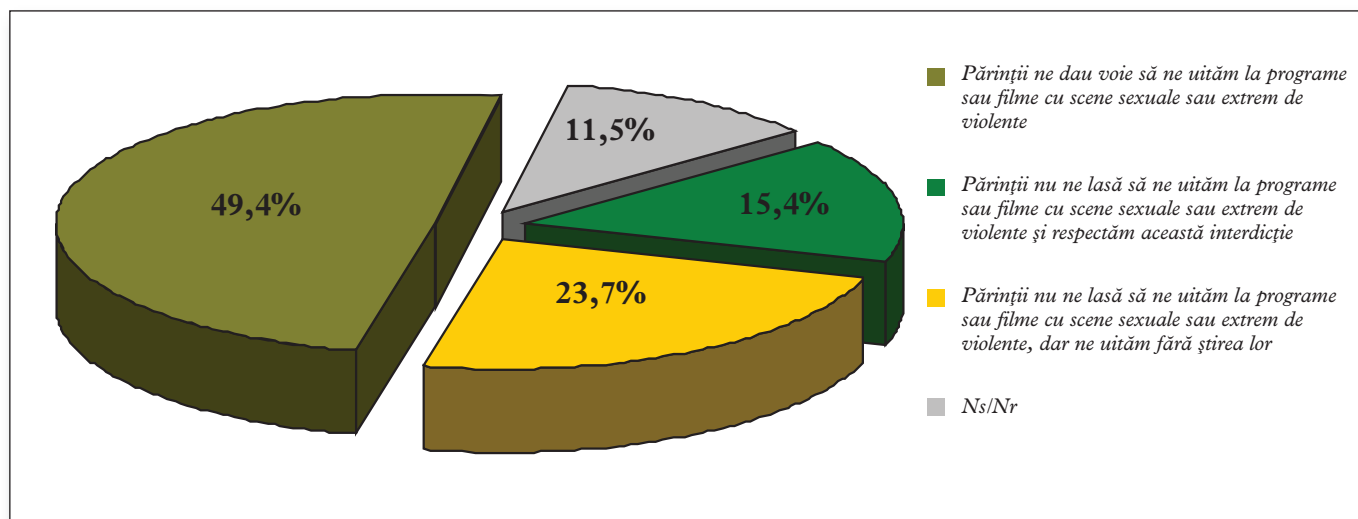
- varietății influențelor și efectelor asupra diferitelor categorii de copii și tineri (anchete, focus grupuri, teste experimentale);
- funcționalității în fiecare țară a sistemului de avertizare, în sensul conștientizării și avertizării publicului (mai ales din partea părinților);
- studii aparte în rândul producătorilor și profesioniștilor de televiziune, pentru a evalua nivelul standardelor profesionale și deontologice ale acestora și relația dintre standarde și conținuturile emisiunilor și programelor difuzate.

Cercetările efectuate în diferite țări, inclusiv cele din România (mai ales cele ale Centrului de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare, Universitatea din București, Facultatea de Sociologie și Asistență Socială) au evidențiat caracterul relativ al eficienței sistemelor de avertizare (afișate pe micile ecrane), în ciuda perfecționărilor aduse (mărirea duratei și frecvenței afișării și vizibilității avvertismentelor; definirea mai clară a criteriilor de clasificare a emisiunilor și filmelor după gradul de violență și de nocivitate; stabilirea mai clară a pragurilor de vârstă și a intervalelor orare în care sunt permise diferite categorii de emisiuni).

O anchetă cu tema „Stil de viață și consum media de către liceenii din București” (mai, 2002; 625 de elevi – adolescenți din 37 complexe școlare, 148 clase, selectați după șapte categorii de variabile) efectuată

de Centru Media și Noi Tehnologii de Comunicare a Universității din București, confirmă permisivitatea familiilor în ce privește respectarea signalisticii anti-violență și anti-obscuritate, sau anti-vulgaritate, cum se observă din graficul următor.

Care dintre următoarele afirmații sunt adevărate în cazul dumneavoastră?



**Figura 1.** Consum media și signalistica anti-violență (Iulie, 2002 – Stil de viață și consum media la liceenii bucureșteni) – CSMNTC.

Cumulând proporția elevilor-adolescenți ai căror părinți manifestă o totală permisivitate (49,4%) cu a celor care nu respectă recomandările părinților (15,4%), rezultă că pentru majoritatea acestora (65%) signalistica de avertizare este ignorată, ceea ce arată un nivel foarte scăzut al eficienței acesteia în contextul familiilor din București și un foarte slab control parental asupra televizionării de către minori.

Aceste date vor fi confirmate, în linii generale, și de anchetele naționale ulterioare.

De aceea, unele instanțe de reglementare, cum este Consiliul Superior al Audiovizualului din Franța (CSA) își redirecționează eforturile în principal către trei obiective: 1. Reducerea, în ansamblul programelor, a conținuturilor violente și a scenelor de sexualitate și pornografie; 2. Clasificarea după criterii mai precise a emisiunilor și stabilirea mai restrictivă a orelor la care sunt difuzate diferite categorii de emisiuni; 3. Lansarea unui vast program de sensibilizare a publicului și mai ales a părinților și educatorilor asupra nocivității programelor violente.

Dacă în țara noastră există foarte puține organizații care au ca obiectiv protecția minorilor în fața violenței mediatice (în afara reglementărilor Consiliului Național al Audiovizualului), în țările vest-europene există un mare număr de organisme publice, organizații nonguvernamentale și fundații care, pe de o parte, exercită o puternică presiune asupra operatorilor de radio și mai ales de televiziune pentru atenuarea și diminuarea conținuturilor violente și cu conotație sexistă ori pornografică, iar, pe de altă parte, organizează dezbateri publice și campanii de sensibilizare și educare a publicului în general, a elevilor, adolescenților și tinerilor asupra riscurilor expunerii acestora la programe violente. Dacă luăm cazul Franței, se dovedesc active în acest sens Asociațiile familiale și Asociațiile de educație populară, precum: „Collectif inter-associatif enfance et médias”; „L’Union Nationale des Associations Familiales”; „Ligue de l’Enseignement”; Comisia de control a DVD și Videocasetelor subordonată față de Ministerul de Interne; Comisia de clasificare a filmelor de pe lângă Ministerul Culturii și Comunicării; Conseil National de la Jeunesse; „Semaine de la presse à l’Ecole” organizată anual de un organism universitar – CLEMI, Université Paris III, în cooperare cu Ministerul Educației Naționale, CSA și principalele canale de televiziune și de radio, împreună cu asociații ale educatorilor și părinților.

# C METODOLOGIE

Ioan Drăgan

## 1.

### ABORDAREA CALITATIVĂ ȘI CANTITATIVĂ A VIOLENȚEI TELEVIZUALE

Cum s-a menționat, textul de față reprezintă raportul de cercetare comparativă (anul 2009, față de 2004 și 2008) al programului inițiat și finanțat de Biroul regional UNICEF, proiect reprezentând, ca tematică și metodologie de abordare a violenței televizuale, o premieră în studiile media din țara noastră. Dincolo de valoarea lor științifică, deontologică și ca suport al unor acțiuni concertate între radio-operatori, școală și familie pentru limitarea violenței televizuale și mai ales a impactului negativ al acesteia asupra minorilor și tinerilor, aceste studii contribuie la depășirea unei serioase lacune în cercetarea românească a violenței mediaticice, comparativ cu abundența și varietatea cercetărilor de acest gen întreprinse începând cu anii 50-60 în SUA și ulterior în țările vest-europene, în contextul dezvoltării explozive a industriilor mediaticice și a fenomenului mediatizării violenței atât sub forma „violentei reale” (mai ales în știri și teleshows), cât și a „violentei ficționale” (în filmele de cinema difuzate și prin televiziune, telefilme, seriale și foiletoane TV).

În actuala ediție (2008 pentru CNA și 2009 pentru UNICEF), proiectul analizează, prin metode cantitative și calitative, conținuturile violente din programele a 11 canale TV – dintre care trei pentru copii – timp de o săptămână (5-11 ianuarie 2009), pe șase genuri și categorii de programe / emisiuni.

Prin volumul, varietatea și dimensiunile corpusului<sup>2</sup> studiat, dar mai ales prin metodologia de abordare, proiectul de față nu doar reia premiera din anul 2004, dar o rafinează mai ales printr-o rigurozitate sporită a tehnicilor de numărare, contextualizare și semnificare a prezentării / reprezentării / scenarizării conținuturilor violente. În fapt, acest studiu nu este un proiect standard de monitorizare, inevitabil simplificator. În acest caz, termenul „monitorizare” desemnează doar *obiectul* investigat (emisiunile, duratele și intervalele orare), nu și *metodele* de cercetare utilizate și anume *metoda analizei de conținut* (iconice și verbale) și *metoda analizei semio-discursive* (în acest text sunt prezentate sintetic mai ales rezultatele obținute prin analiza de conținut, centrată pe evaluarea cantitativă a emisiunilor ca *texte date*, dar completate cu analiza discursivă care înseamnă focalizarea evaluării și interpretării pe *producerea discursivă* a textelor (emisiunilor)

<sup>2</sup>Celor 21 de studenți-operatori care au participat la investigație, începând din a doua săptămână a lunii ianuarie și în cursul primelor două săptămâni din luna februarie 2009, direcția Centrului le aduce mulțumiri pentru calitatea efortului prestat și pentru faptul de a-și fi sacrificat o mare parte a timpului personal în favoarea proiectului.

în situații specifice de comunicare implicând un „pact” de interacțiune comunicațională între „instanțe de producție mediatică” și „instanțe de receptare”, pact bazat pe reprezentarea simbolică reciprocă a codurilor și imaginarelor socio-culturale ale celor două instanțe și implicând anumite procese discursive, narative, argumentative. Cercetarea noastră și raportul de față adoptă o altă perspectivă, interesându-se în primul rând și în principal de evaluarea cantitativă și calitativă a reprezentării și semnificării actelor de violență din programele de televiziune.

Corpusul de analiză – emisiuni denumite de „real”, de ficțiune și ludice / de divertisment – cuprinde 348 de ore și 15 minute de programe. Canalele analizate sunt: Televiziunea publică - **TVR1**; televiziunile private **ProTV, Acasă, Antena1, Antena3, Realitatea TV, PrimaTV, OTV**, trei canale pentru copii (desene animate): **Cartoon Network, Jetix, Minimax**. În total, 11 canale de televiziune.

Corpusul de analiză constituie un eșantion de programe reprezentativ pentru principalele tipuri de canale de televiziune din România: publice și private; generaliste și tematice; cu o distribuție echilibrată după identitatea editorială – televiziunile generaliste acoperind în proporții relativ apropiate cele trei mari genuri de emisiune – informative, ficționale și de divertisment; canale comerciale caracterizate prin identități specifice (de ficțiuni, de informare în continuu sau de divertisment) și având adresabilități orientate editorial cu precădere către anumite publicuri țintă, ori propunând emisiuni semnificative pentru scenarizarea spectaculară a violenței. În comparație cu proiectul realizat în 2004, corpusul studiat a fost diversificat la 11 canale (dintre care trei pentru copii), dar din rațiuni financiare, durata corpusului a fost redusă de la două la o săptămână, iar volumul orar la circa jumătate față de cel din 2004. Restrângerea corpusului analizat (ca extensie temporală și volum orar) a fost însă compensată prin criterii mai bine definite de selectare a canalelor, a genurilor de emisiuni, distribuite pe principalele intervale orare, precum și după indicatorii de audiență ai programelor. Corpusul studiat, deși mai restrâns, se caracterizează printr-o corelație mai bine definită între conținuturile programelor, genurile de emisiuni relevante pentru reprezentarea violenței, intervalele orare de programare și indicatorii de audiență.

Teoretic și metodologic, proiectul este integrat în cadrul direcțiilor mari de abordare a temei pe plan european și internațional. La nivel mondial câmpul cercetărilor asupra violenței mediatice și a impactului acesteia în societate totalizează peste 7000 de studii, majoritatea fiind consacrate violenței televizuale și influenței acesteia asupra socializării copiilor, adolescenților și tinerilor. O mare parte a studiilor este consacrată analizei și evaluării tipologice a *conținuturilor violente și licențioase* din programele TV. Studiile nu au ajuns la o definiție general acceptată a violenței mediatice și nici la o concluzie univocă relativă la impactul violenței televizuale asupra indivizilor și grupurilor. Dar, în mod unitar, aceste cercetări au contribuit la fondarea unor politici naționale, europene, internaționale de protecție a minorilor și a demnității umane în domeniul audiovizualului. Cinci factori sunt considerați esențiali pentru înțelegerea fenomenului și mai ales a impactului violenței televizuale:

1. Conținutul, caracteristicile și „contextele de semnificare”, adică de producere semnificațiilor și înțelesurilor actelor / scenelor de violență;
2. Duratele expunerii copiilor, adolescenților, tinerilor la programele tv;
3. Contextul și mediul socio-cultural al producerii și receptării mesajelor;
4. Caracteristicile psihologice ale individului receptor – de la copil la tânăr – pornind de la premisa că cei mici, chiar dacă privesc aceleași programe ca și adulții, văd „altceva” și „altfel” în conținuturile emisiunilor tv.

### **Mecanisme psiho-sociale asociate și generate de modurile scenarizării / semnificării actelor de violență în diferitele programe de televiziune.**

Indiferent de poziția adoptată de un autor sau de altul în chestiunea conținuturilor și a efectelor violenței televizuale, marea majoritate a cercetătorilor sunt de acord asupra ideii că mass-media contribuie la emergența unei *culturi a violenței în societatea contemporană* și că violența media participă la socializarea copiilor, mai ales a celor care dispun de acces redus la alte surse de învățare și de socializare, impregnând imaginarul colectiv cu simboluri, coduri și atitudini violente.

Toate aceste considerații motivează un astfel de program consacrat evaluării *conținuturilor și reprezentărilor* violenței în emisiunile de televiziune, menite mai întâi să conducă la măsurarea „cantității” de

violență televizuală și la tipologizarea acestor conținuturi pe categorii de violență, pe canale, genuri de emisiuni și pe intervale orare, precum și la identificarea modalităților *semio-discursive* de *contextualizare / semnificare* a prezentării și a scenarizării vizuale și verbale a conținuturilor violente.

În actuala ediție a proiectului s-a urmărit mai consecvent testarea pertinentei în evaluarea violenței televizuale din programele difuzate în România a celor trei *indicatori clasici* definiți de americanul George Gerbner pentru analiza violenței televizuale:

- Procentajul emisiunilor conținând scene de violență pe zi, pe categorii de emisiuni, pe intervale orare, mai ales în *prime time*, când și copiii se integrează masiv în marele public al telespectatorilor; aceasta și explică pentru ce 80% din emisiunile vizionate de copii sunt cele destinate adulților;

- Numărul (frecvența) și ponderea scenelor de violență pe oră;

- Procentajul personajelor principale violente implicate în acte de agresiune, îndeosebi în ficțiunile de televiziune.

În Raportul „Violență și teroare în media” întocmit de George Gerbner prin analiza a 4600 de răspunsuri primite din partea comunității universitare internațională (UNESCO, 1988), acesta a dat cea mai semnificativă definiție a violenței: „Este expresia populară pentru forța fizică folosită împotriva altuia, a sinelui sau îndreptarea acțiunilor împotriva altuia pentru a-i provoca durere, a-l răni sau omorî (...). Violența este o acțiune care deranjează dureros și periculos din punct de vedere fizic, psihic și social bunul trai al persoanelor sau grupurilor. Efectele ei pot varia de la banal la catastrofă. Violența poate apărea ca naturală sau poate fi creată de oameni, poate acționa împotriva oamenilor sau împotriva proprietății, poate fi justificată sau nu, poate fi reală sau simbolică, spontană sau graduală.”

Teoretic, chestiunea esențială constă în a cunoaște ce conivență intrinsecă există între televiziune și violență, ceea ce presupune a descifra *logica producerii industriale a divertismentului spectacular* și, în cadrul acesteia a conținuturilor violente, erotice, pornografice, a lua în considerare *natura* însăși a mediului televiziunii și apoi structura mentală și culturală a individului contemporan. Căutarea și reprezentarea violenței intră în logica tehnologică și spectaculară a televiziunii. Problema nu este atât aceea a cantității de violență prezentă în programele tv, cât mai ales a modului în care este scenarizată violența și în consecință cum este construită social violența ca parte a universului simbolic și real al omului contemporan.

O a doua idee teoretică importantă se referă la definirea cadrelor contextuale ale proceselor de semnificare asociate conținuturilor violente. Această idee presupune că nu ne putem limita la evaluarea *cantității* (frecvenței) conținuturilor violente și a susținerii aserțiunilor despre excesul de violență televizuală, omițându-se că ceea ce contează mai ales sunt modurile de prezentare, de scenarizare verbală și iconică, de semnificare a actelor și scenelor de violență. În acest sens, în spiritul altor cercetări, un accent deosebit a fost pus pe contextele de semnificare a actelor de violență în funcție de: dualitatea pozitivitate / negativitate, de formele „naturalizării” actelor de violență (fac parte sau nu din logica vieții sau a structurilor narrative), de nivelurile și modalitățile mediatizării violenței gratuite, de prezentare a scenelor violente într-un registru *umoristic*. Au fost astfel evaluate în mod distinct scenele și comportamentele violente care sunt prezentate ca acte care nu implică nici „costuri umane” și nici „consecințe” vizibile pentru celălalt (este vorba de scene de violență arătate fără durere, angoasă, moarte, mutilare, handicapuri, fără suferință, chiar dacă în această privință s-au cristalizat o serie de reguli deontologice restrictive).

Noțiunea de *violență gratuită* constituie un cadru conceptual de bază în evaluarea conținuturilor. Noțiunea va fi abordată în accepțiunea următoare: este o violență deconectată de context, neutilă desfășurării narațiunii și care nu are altă motivație decât violența însăși. În cazul violențelor prezentate în emisiuni informative (violența „reală”), ne-a interesat și perspectiva funcționalistă asupra informației, anume: dacă știrile despre violență funcționează mai mult ca „avertisment” (a-i învăța pe copii să supravegheze mediul și să evite / să se apere de violență) sau ca prezentare pur senzațională și atractivă a faptelor de violență.

În operaționalizarea conceptelor s-a pornit, de asemenea, de la distincția devenită clasică în studiul violenței televizuale și anume aceea dintre „violența reală” (prezentă în emisiunile informative, mai ales știri și teledrepturi) și „violența ficțională” (prezentă în filme de cinema transmise și prin televiziune, în telefilme, în seriale de diferite categorii și foiletoane).

Premiza teoretică care a fondat evaluarea și categorizarea scenelor și actelor de violență mediatizate de televiziuni a constat în ideea că violența televizuală are, în principal, o motivație *economică* proprie ansamblului industriilor mediatice care valorizează într-un registru spectacular-dramatizant, adresat cu precădere emotivității umane, elemente, fapte, trăsături de comportament aparținând lumii reale a individului

și grupurilor sociale. Dar această supravalorizare dramatizată a violenței și a înclinațiilor agresive constituind o deformare exagerată a unor elemente de viață reală recurge inadecvat la forme din ce în ce mai sofisticate care mobilizează la maximum resursele artistice, narrative, lingvistice și iconice ale discursului televizual. Competiția dintre canale conduce și la noi în țară la generalizarea modelului spectacular-consumerist în ansamblul televiziunilor generaliste și tematice, fie ele private sau publice, și la o tendință de reducere a disparităților dintre ele inclusiv în ce privește mediatizare violenței. Astfel, ipoteza noastră este că motivația economică (a obține audiență și publicitate) este disimulată sub forme specifice discursului televizual, ceea ce presupune un efort considerabil de deconstrucție și categorizare a modurilor de prezentare și a contextelor de semnificare, dincolo de frecvența și durata scenelor de violență. De asemenea, am luat în calcul ipoteza sinergiei dintre violență „reală” și violență „ficcională” în programele televiziunilor generaliste, ceea ce presupune că cele două au ponderi apropiate în orele de maximă audiență sau de audiență ridicată, când minorii și tinerii sunt integrați în categoria „marelui public” al televiziunii.

## 2.

### DOUĂ METODE COMPLEMENTARE ÎN ANALIZA SCENARIZĂRII VIOLENȚEI

**A**naliza de conținut și analiza semio-discursivă reprezintă metodele de baza ale acestui studiu. Marea majoritate a anchetelor consacrate evaluării *imaginilor violente* pe tipuri de emisiuni utilizează două metode principale:

- *analiza de conținut*, în formele ei variate, inclusiv „analiza afirmațiilor evaluative” a lui Osgood, model pertinent pentru determinarea *intensității evaluative* cu care o emisiune – sau un text – reprezintă fapte și semne iconice sau verbale care au trăsături violente. Utilizând această metodă putem evalua, de exemplu, *intensitatea pozitivității* violenței (utilizarea violenței pentru a pedepsi, pentru a face dreptate, pentru a recompensa, etc.) sau, din contră, *intensitatea negativității* actelor, cuvintelor și imaginilor de violență televizuală arătând în același timp gravitatea consecințelor actelor violente, suferința victimelor, etc).

- *analiza semio-discursivă* care nu se limitează la cuantificarea scenelor de violență și la stabilirea tipologiilor de acte violente (violență psihologică, violență verbală, violență fizică, violență socială, violență sexuală, violență economică), la indicatorii de *frecvență* și de *durată* ai secvențelor violente (pe canale, genuri și categorii de emisiuni, intervale orare, intervale zilnice sau săptămânale), ci permite identificarea *contextelor de semnificare* a actelor violente și a *cadrajelor situațiilor* de comunicare și de reliefare a semnificațiilor unei secvențe violente.

Prin această metodă descoperim pericolul „mesajelor false” transmise prin intermediul informațiilor, prin programe de ficțiune (seriale, filme, foiletoane, jocuri și reality show-uri, emisiunile sportive, etc.).

Din perspectiva unei metode semio-discursive, studiul nostru a vizat punerea în evidență a mecanismelor prin care „mesajele false” au o puternică influență distructivă asupra copiilor și adolescenților, luând în considerare incapacitatea copiilor de a semnifica și de a conștientiza sensul influenței anumitor secvențe din imaginile televizuale.

Un protocol valid și pertinent de cercetare destinat să valorizeze atuurile metodei semio-discursive presupune utilizarea *cadrajelor* următoare, de natură să reveleze „mesajele false” din anumite secvențe și imagini:

- *violențe care apar ca benefice*, omițând *consecințele negative* ale actelor violente. Conform statisticilor americane, într-o proporție importantă, autorii actelor de violență din programele tv nu sunt pedepsiți;

- violența este *omniprezentă* și deci inevitabilă: este o metodă inevitabilă și eficace pentru a rezolva neînțelegerile și situațiile conflictuale. Auzind vestea că tatăl unei prietene a murit, o fetiță întreabă: „cine l-a omorât?”. Întrebare evident indusă de privitul la televizor și care arată că în mintea ei „violența este cauza normală a morții” (omul moare cel mai adesea în ficțiunile sau știrile violente pentru că cineva l-a omorât). Omniprezența violenței în programele tv, combinată cu absența sancțiunii autorităților și cu evitarea suferințelor, a consecințelor actelor violente amplifică confuzia realului și a ficționalului în raportarea copiilor la scenele de violență și mai ales a trăirii pur emoționale a acestora;

- violența e *necesară*: o foarte mare parte a actelor violente sunt comise de „băieții buni pentru a-i învinge pe cei răi”. Într-o viziune maniheistă, violențele sunt comise de cei „buni” („puri”) pentru a învinge sau a pedepsi pe cei „răi”, iar cei „răi” („puri” de asemenea) pentru a se răzbuna. De aici copiii învață că violența este nu numai necesară, ci și eroică, mai mult că e forma cea mai frumoasă de eroism.

- violența este *amuzantă*: mai ales în desenele animate (conform studiului realizat în 2004 de autorii proiectului, emisiunile principalelor două canale de desene animate difuzate în România conțineau de 7 ori mai multe scene de violență decât programele pentru adulți, fapt confirmat și de studii asupra celor trei canale de desene animate efectuate în toamna anului 2008 și la începutul anului 2009); personajele sunt antrenate să se lovească între ele ca într-o joacă (dimensiunea ludică a violenței este supralicitată în multe ficțiuni, ceea ce o face atrăgătoare);

- violența este *sursă de plăcere*: mai ales în filmele și seriile de acțiune; majoritatea personajelor găsesc plăcere în a se lupta și chiar în a ucide, după cum telespectatorii găsesc plăcere ca efect al suscitării emoțiilor: contemplarea violenței ca spectacol, chiar când e vorba de distrugeri sau chiar de „masacre grandioase” este pentru mulți o atracție, cu condiția ca finalmente să existe ieșiri și respectarea codului: „Binele triumfă”. În prea puține ficțiuni, acest cod narativ este deconstruit prin spectacolul consecințelor dezastruoase și prin introducerea de scene insuportabile, deci a unor forme de denunțare a spectacolului violenței. Balanța cuplului atracție / respingere a violenței este net înclinată, ca scenarizare, în favoarea plăcerii și atracției. Frica / teama de violență sau compasiunea față de victimele violenței sunt tratate ficțional pur și simplu ca opusul curajului agresiv.

Deci, a fost important să verificăm, printr-un studiu aprofundat asupra contextelor și formelor de cadraj care amplifică, prin mecanisme discursiv-reprezentative, *impactul negativ potențial al conținuturilor violente și al imaginilor televizuale*, dintre care cele mai importante sunt următoarele:

1. *Absența de consecințe negative*, după gradul de nocivitate al actelor violente (reprezentarea violenței ca metoda cea mai bună și cea mai eficientă pentru a rezolva problemele și conflictele);

2. Recompensa și absența pedepșirii (copiii nu percep diferența dintre recompensa *soluției* conflictuale și recompensa *modului* de soluționare);

3. *Desensibilizarea* copiilor și a tinerilor ca urmare a „banalizării” „Răului” (deci a violenței), într-un context de violență televizuală omniprezentă;

4. *Scenarizarea estetică* a violenței (o estetică spectaculară și dramatizantă a violenței), care conferă o aură de gloriificare a personajelor violente sau a indivizilor violenți; și în cercetarea de față perspectiva comparativă între violența televizuală în România și țări / zone de referință: SUA, Europa occidentală, constituie o abordare importantă;

5. Prezentarea maniheistă a violenței (o dispută între „tipuri pure”: cei „buni” și cei „răi”. Nu regăsim decât arareori în filme, seriale, foiletoane, punerea în discuție a convenției narative maniheiste (Binele care învinge și face agreabilă contemplarea violenței) prin ducerea violenței la limita extremă a absurdului, când se condamnă singură prin autodestructibilitate totală (cazul filmului *Rambo*, unde războiul este împins prin consecințe și drama Eroului la limita extremă a absurdității).

6. Contextualizarea *naturalizantă* a violenței (conflictul între Bine și Rău; legea celui mai puternic, confuzia între „logica narativă” în ficțiuni și „logica naturală” a realităților.)

Ne-am propus să comparăm *frecvența, durata și modurile* de contextualizare a violenței în programele televiziunilor românești cu datele stabilite de studiile americane și europene, de exemplu, cu datele cercetării *Mediascope* (USA, 1995):

- 57% din programele analizate conțineau secvențe violente;
- 33% din programele televizuale conțineau 9-10 interacțiuni violente într-o secvență;
- numai 15% din emisiuni afișau semnul anti-violență;
- 51% din actele violente se derulau în contexte „realiste”;
- 73% din scenele violente conțineau acte de violență nepedepsite;
- 39% erau prezentate cu umor;
- 58% dintre interacțiunile violente nu arătau suferință;
- 44% apăreau justificate;

- timpul real petrecut de un copil american și european la școală este de aproximativ 900 de ore pe an, în timp ce timpul petrecut în fața televizorului este de mai mult de 1200 de ore pe an.

Într-o cercetare din Franța, comparativ cu una americană (1995-USA) din 230 de emisiuni analizate (1174 ore 36 minute), au fost numărate 1047 de secvențe violente, adică 8,9 pe oră; jumătate din emisiuni conțineau 2 secvențe de violență cel puțin; 30% din eșantionul analizat comporta o secvență de violență sau mai multe (D. Frau-Meigs, S. Jehel, *Les écrans de la violence*, Economica, Paris, 1997, p. 56-57).

Comparația Franța – Canada – România este semnificativă (aceasta a servit ca termen de comparație pentru studiul nostru).

Secvențe violente pe oră (%)

	FRANȚA		CANADA		ROMÂNIA 2004		ROMÂNIA 2008		ROMÂNIA 2009
	Canale private	Canale publice	Rețele private	Rețele publice	Canale private	Canale publice	Canale private	Canal public	Media publice și private
Secvențe violente pe oră (%)	9,3	8,2	11,1	6,4	14,31	10,17	12,36	8,31	14

Sursa: D. Frau-Meigs, S. Jehel, 1997, p. 58. Studiul CSMNTC, 2008 și 2009

O primă cercetare (2004) realizată în România de Centrul Universității din București indica un număr mai ridicat de secvențe violente pe oră în programele televiziunilor românești: 14,31 (televiziunile private) și 10,17 (televiziunile publice). Evaluarea pentru 2008 și 2009 indică o ușoară descreștere a indicatorilor violenței televizuale în România, dar valorile medii continuă a fi mai mari, îndeosebi în cazul televiziunilor private, decât în țări de referință – SUA, Canada, Franța.

O grilă de analiză a conținuturilor imaginilor și secvențelor violente, pentru a cadra mai ales „contextele de semnificare” ale actelor violente a fost elaborată de autorul proiectului. Grila care a servit ca tehnică de „cadrare” a violenței televizuale atât în cercetarea din 2004, cât și în cea de față, va fi prezentată la finele acestui capitol.

În această parte a proiectului o atenție particulară a fost acordată anumitor aspecte ale *structurii narrative* a emisiunilor conținând secvențe și imagini violente, concentrându-ne pe figura *reversibilității* în punerile în scenă ale povestirilor violente. Problematika reversibilității este foarte importantă pentru a caracteriza modurile de narare televizuală. Este evident că reversibilitatea este pozitivă când permite diversificarea punctelor de vedere și conduce la schimb, dar nu este logică în cazul violenței „în care moartea și rănilile sunt ireversibile”. Or, aceste programe care adeseori proiectează ideea evitabilității morții (sau resurecția magică prin regăsirile miraculoase), punând în scenă situații improbabile sau foarte rare, nu permit ficțiunii televizuale sau tele-realității să utilizeze polisemia: violența devine acolo un scop în sine, unilaterală și reductoare, aparent inevitabilă căci numai procesul de derulare al interacțiunii violente este reprezentat. Dar, cele mai mari dificultăți ridicate de metodologia *clasării conținuturilor și imaginilor violente* provine din confuzia între imagini despre violență și imagini violente (mai ales în emisiunile de informare, dar și în ficțiune). În ceea ce ne privește, reamintim că nu putem defini *toate imaginile despre violență* ca fiind neapărat și *imagini violente*.

În această perspectivă, este important de subliniat că „banalizarea violenței” a devenit o amenințare. Probabil că lumea noastră nu este în ansamblu mai violentă decât lumea de altădată, dar, cu precizarea că s-au amplificat amenințător comportamentele violente ale minorilor (în special omuciderile), amuzamentul și indiferența cu care lumea contemplă violența și modurile în care sunt imaginate violențe din ce în ce mai numeroase și monstruoase grație imaginilor de cinema și televiziune este fără precedent. În programele tv violența nu mai este *legendară, eroică sau cavalească*, sau *instrumental-pragmatică* (în funcție de epocă, ca în literatură), ci un amalgam pseudo-cultural, extrem de periculos pentru copii, pentru că violența televizuală apare ca un comportament *culturalizat ca universal*. În plus, cultura televizuală este *un show quasi-permanent al violenței*. Chiar prezentarea suferinței și a intimității (ca în *reality shows*), fantasma abolirii *distanței* (între micul ecran și viața reală) constituie o formă de *sado-masochism*: acest model de prezentare este sadic pentru că se arată și chiar se provoacă suferința altora și masochist pentru că se propune telespectatorilor identificarea cu persoanele în suferință, exploatând în același timp într-un mod pervers emoțiile telespectatorilor.



În lucrarea deja citată, autoarele franceze (Frau-Meigs și Sophie Jehel) subliniază că modelul de reprezentare a violenței în film și la televiziune, concordant cu modelul cultural-valoric american și cu codul cultural american, a fost încetățenit și dezvoltat de Hollywood, inclusiv prin utilizarea preferențială a tehnicii „planului mediu” și mai ales a „planului apropiat” de filmare a acțiunii. Consecința acestor tehnici de filmare care constă în plasarea violenței „în zona interpersonală”, înseamnă, de fapt, apropierea zonei de adresare de „zona intimității” până la punctul confundării lor. Combinarea unei scheme cultural-valorice maniheiste și naturalizante: lupta Binelui și Răului, legea celui mai puternic, înfruntarea ca trăsătură a interacțiunii umane din zona interpersonală intimă (ceea ce vedem sistematic în schema narativă a seriilor americane), cu procedeele tehnice al filmării preferențiale în „plan apropiat” (deci asocierea dintre o anumită schemă narativă și anumite procedee de vizualizare), favorizează reprezentarea violenței și agresivității ca un fapt uman natural (mai puțin cultural), ceea ce conduce (cf. D. Frau-Meigs și S. Jehel) la o reprezentare a violenței televizuale într-o perspectivă apropiată darwinismului social. Consecința mai generală a acestei combinații de schemă narativă și de tehnică a filmării constă, în cele din urmă, în a amalgama până la anulare a elementelor specifice tramei narative ficționale și a modurilor în care oamenii își fac dreptate. Violența nu apare doar ca legitimă (în anumite situații ale povestirii), ci chiar ca ceva natural, ceva care ține de firea lucrurilor: *logica narativă* a acțiunii și interacțiunilor violente se impune ca o *logică naturală* a lumii reale a oamenilor.

Reprezentarea violenței la televiziune este, deci, tributară unor specificități și constrângeri ale mediului televizual: *dispozitiv televizual, coduri narrative, de scenarizare, vizualizare*, care comportă ca note dominante „caracterul repetitiv și banalizat”, spectacularizant și simplificator al discursului televizual. Schemele, codurile și semnificațiile prezentării conținuturilor violente la televiziune au fost puse în evidență în cercetări de referință americane și europene, cercetări efectuate prin *analize de conținut, analize de imagine, analize naratologice*, aplicate, pe de o parte, emisiunilor de *ficțiune*, iar pe de altă parte emisiunilor *informativ* (televizuale, magazine de informare).

Televiziunea este nocivă (R. Silverstone) deoarece produce dependența în cazul copiilor, mai ales prin scenarizarea spectaculară a violenței. Autorul englez citează un caz limită al familiarizării copiilor cu televizorul: „voi lua cu mine în inimă televizorul. Vă iubesc!”, scria în însemnările lăsate părinților, școlarul Genero Garcia din New York, care s-a împușcat după ce tatăl său i-a interzis să se mai uite la televizor (*Sunday Times*, 20.02.1983).

Preșcolarii și școlarii au dificultăți în separarea lumii reale de cea imaginată, mai ales atunci când aceasta este prezentată la televiziune: vivacitatea acesteia face ca fantasticul să fie confundat cu realul sau invers, ceea ce este același lucru.

O mare parte din ceea ce copiii văd la televizor este alcătuită din violență naturalizată; aceasta este reprezentată ca cea mai potrivită cale de rezolvare a problemelor interpersonale, de răzbunare a insultelor și ofenselor, de a obține dreptatea și toate lucrurile dorite de la viață.

În funcție de variabila *vârsta*, copiii sunt doar aparent expuși la aceleași conținuturi ca și adulții (peste 50 dintre elevi vizionează emisiunile tv seara, intrând împreună cu adulții în aceeași categorie a marelui public), deoarece:

- contextele de vizionare sunt diferite;
- modul de a accepta programele și sensul atribuit conținutului acestora diferă față de adulți, întrucât capacitățile cognitive, empatice diferă de ale adulților, ca și imaturitatea caracterologică și a experienței de viață (toleranță redusă la frustrare, egocentrism, impulsivitate, capacitate redusă la autocontrol, subestimarea greșelilor personale, imaturitatea conștiinței morale ca factor reglator de evaluare a situațiilor și de comportament, supraexcitabilitate emoțională);
- dificultatea distingerii *imaginarului de real*: pentru preadolescenți, în programele vizionate apare ca efect posibil al transferului de la imaginar (ecranul televizorului: desene animate, seriale) la real (viață), ci rezultatul amalgamului confuz al celor două universuri, la ei predominând credința în *realitatea televizuală* și tendința accentuată de identificare mimetică cu personaje, acțiuni, situații de pe micul ecran;
- violența coabitează aproape natural cu specificul mediului televizual: violența este un element ideal pentru finalitatea de seducție captatoțională a televiziunii – captarea atenției publicului prin activarea mecanismului de orientare; chiar vizionarea programelor tv (din ce în ce mai trepidante și mai terifiante) reprezintă un mod specific de violentare a atenției și minții umane.

Ca urmare, efectele violenței televizuale sunt mai complexe decât ne spune teoria „mimetismului” sau a „învățării”: violența depersonalizează, dezechilibrează și desensibilizează (se ajunge în masă la o stare denumită ca fiind „crimă de indiferență”, ca rezultat al banalizării mediatice a violenței).

### 3.

### CORPUSUL INVESTIGAT (CANALE, INTERVALE ORARE, DURATE, GENURI DE EMISIUNI)

În baza contractului încheiat cu UNICEF, în săptămâna 5-11 ianuarie 2009 au fost monitorizate și evaluate conținuturile violente din emisiuni difuzate pe 11 canale de televiziune: **TVR1, ProTV, Acasă, Antena1, Antena3, Prima, OTV, Realitatea**, precum și trei canale de desene animate: **Cartoon Network, Jetix, Minimax**.

În ce privește canalele studiate, față de cercetarea similară realizată în 2004, în cea prezentă s-a renunțat la canalele Atomic, MTV, Național, iar față de cea din 2008 la canalele B1 și KanalD. De asemenea, restricțiile bugetare au restrâns studiul la o săptămână de program.

Intervalele orare de monitorizare au acoperit cele trei mari intervale clasice: Access Prime Time (17-19), Prime Time (19-23), Post Prime Time (23-24), la care s-au adăugat două intervale specifice canalelor de desene animate (în total, 348 ore și 15 minute de programe și emisiuni tv).

Timpul de monitorizare și evaluare cuprinde:

- 17h-19h - 3 canale, știrile de la orele 17 pentru **ProTV**, de la 16 pentru **Antena1** (Intervalul Acces Prime Time) și „Focus”, de la 18h pe PrimaTV
- Intervalul Prime Time: 19h-23h (10 canale)
- Intervalul Post Prime Time: 23-24 (9 canale)
- Intervalele 13h-15h, respectiv 19h-21h, pentru cele trei canale de desene animate (**Cartoon Network, Jetix** și **Minimax**).

S-a urmărit identificarea scenelor de violență (număr și durată) din emisiunile programelor TV prezentate în săptămâna menționată, a contextelor de scenarizare și a tipurilor și formelor de reprezentare a violenței.

Evaluarea a avut ca suport *grile* separate pentru *violența reală* și cea *ficțională*, la care s-au adăugat grile pentru cadrarea semnificată a contextelor în care se prezintă scene de violență. Evident, ca în orice analiză de conținut sunt luate în calcul unități de înregistrare, de context, de numărare și schema categoriilor de analiză.

După genuri și tipuri de emisiuni, actele și scenele de violență sunt măsurate și încadrate după cum urmează:

- Știrile „soft” (fapte diverse – un tânăr care își ucide părintele sau un tată care își violează fiica) și „hard” (violențele generate de anumite medii sociale conflictuale, acte de violență într-un cartier periferic sărac și cu rată înaltă de delincvență), caracterizate de conflicte și acte de violență (o analiză a televizajelor difuzate de televiziunea publică și televiziunile private), inclusiv reportaje („violența reală”);
- Ficțiuni de televiziune – telefilme, seriale violente, erotice;
- Desene animate și alte emisiuni pentru copii;
- Emisiuni pentru tineret, inclusiv muzicale;
- Reality-show-uri și talk show-uri;*
- Jocuri și varietăți;
- Sport;
- Spoturi și promo-uri.

## 4.

## Operaționalizarea conceptelor

Scenele și actele de violență au fost categorizate și înregistrate în șase *tipuri* de violență (fizică, verbală, psihologică, socială, sexuală și economică).

Studiul a cuprins următoarele etape de lucru:

- Monitorizarea emisiunilor de televiziune și completarea grilelor de monitorizare;
- Încărcarea datelor din grile în baza de date SPSS;
- Prelucrarea datelor din baza de date;
- Analiza rezultatelor și redactarea raportului de cercetare.

Pentru măsurarea violenței s-au utilizat următorii indicatori:

Procentul emisiunilor conținând scene de violență în ansamblul emisiunilor unui canal (și pe ansamble)

- Numărul de scene de violență “reală” și “ficțională”;
- Durata scenelor de violență “reală” și “ficțională”;
- Numărul mediu pe oră de scene și acte de violențe;
- Tipurile și formele de violență.

Reamintim că în schema clasică a indicatorilor pentru măsurarea violenței televizuale, celebrul sociolog american al comunicării de masă George Gerbner a calculat următorii indicatori: procentajul emisiunilor conținând scene de violență (într-o zi, săptămână, lună, an); numărul și procentajul scenelor de violență pe oră (într-o zi); numărul și procentajul personajelor principale implicate în acte de violență de diferite feluri (omucideri, tâlhării, bătăi etc.), personaje ca eroul / falsul erou, agresorul / victima, generosul sau tolerantul, arbitrul, precum și distribuirea acestora pe grupuri etnice și categorii socio-culturale, după metoda „indicatorilor culturali”.

În prima etapă s-au măsurat indicatorii conținuturilor violente pe fiecare canal în parte, calculându-se indicatorii astfel:

- Pe cele trei intervale orare menționate (plus un interval pentru canale de desene animate);
- Tipuri și forme de violență (reală și ficțională);
- Tip de emisiune (informativă, filme și seriale, emisiuni de divertisment, *talk show*-uri, *reality show*-uri, desene animate, publicitate, promo);
- Zilele săptămânii (weekend /zile lucrătoare).

În a doua etapă s-a efectuat o analiză comparativă între cele 8 canale pentru adulți și în cele 3 canale pentru copii.

Metoda analizei de conținut include cele trei mari categorii de „operaționalizări” ale conceptelor:

1. Prescripții legate de clasificare (sistem de *categorii* pentru clasificarea conținuturilor din texte; în acest caz categorii de clasificare a conținuturilor violente);
2. Prescripții referitoare la unitățile de *măsurare și înregistrare (recording units)*;
3. Prescripții referitoare la unitățile de *contextualizare*.

### Unități analitice

Am utilizat ca *unități de analiză*, știri din telejurnale, emisiuni de genul talk show, reality show, filme și seriale, emisiuni de divertisment, desene animate, ecrane publicitare și ecrane promo, iar ca unitate minimală de analiză *scena de violență* prezentă în cadrul unei emisiuni (informativă, de divertisment sau ficționale). Prin cumularea numărului și a duratelor scenelor de violență din cadrul unei emisiuni, se obțin frecvența medie și durata totală a scenelor de violență din cadrul emisiunii evaluate. Demersul continuă cu descompunerea unităților analitice în *unități de măsură* – segmente care prin distribuire într-una din categorii pot servi unei analize cantitative.

### Unități de măsură

Violența televizuală este măsurată prin utilizarea unor indicatori cantitativi cum sunt *durata* actelor violente (minute și secunde), *frecvența* actelor de violență televizuală și ponderea acestora în durata totală a programului (frecvența relativă), *prezența* violenței în cadrul programelor TV (procentul din programele TV care conțin cel puțin o scenă violentă). Uneori segmentul de măsurare - actul sau scena de violență - este egal cu o știre sau o secvență violentă dintr-un film, alteori putem avea mai multe segmente într-o secvență (știre, de pildă).

### Unități de înregistrare

Acte / scene de violență, după specificul formelor și manifestărilor violente, ce vor fi menționate mai târziu.

Unitățile de context (pentru evaluarea / valorizarea pozitivă sau negativă a scenelor și actelor de violență). Scenele au ca primă unitate de context *secvențele* - „blocuri de acțiune” care au un conținut semnificativ de sine stătător, iar ulterior contextul în care este plasată secvența (o știre, teleshow-ul, de pildă).

*Secvențe* din: teleshows-uri, talk show-uri, reportaje, reality show-uri, emisiuni de divertisment și emisiuni sportive; filme de cinema difuzate de TV, filme de televiziune, seriale, cu numeroase variante și subgenuri, emisiuni muzicale și clipuri, ecrane publicitare și ecrane promo. Unitățile analitice și de înregistrare (scenele) capătă sens (de pildă, de avertizare sau, dimpotrivă, de incitare la violență), în funcție de contextul imediat (secvența iconică și verbală), sau de contextul mai general - știrile dintr-un teleshow, reportajul, episodul unui serial.

### Clasificarea tipurilor și formelor de violență

În realizarea cercetării de față am pornit de la definiția violenței dată de Comitetul de Miniștri al Consiliului Europei:

*Violența* - „orice act care aduce atingere vieții, integrității corporale sau psihologice sau libertății unei persoane și vătămă în mod serios dezvoltarea personalității acesteia”.

Conform Recomandării Consiliului Europei, violența include două tipuri de acțiuni diferențiate prin prezența sau absența intenției: agresiunea și accidentul.

*Agresiunea* reprezintă comportamentul orientat împotriva altei persoane (sau a propriei persoane) sau a unui obiect cu intenția de a produce daune fizice sau psihice.

*Accidentul* constituie acțiunea neintenționată (întâmplătoare) concretizată în daune provocate persoanelor sau obiectelor.

Pentru realizarea tipologiilor actelor de violență, am folosit cele 6 categorii “clasice” de violență mediatică:

- Violența psihologică;
- Violența verbală;
- Violența fizică;
- Violența socială;
- Violența economică;
- Violența sexuală.

Fiecare dintre cele 6 mari tipuri de violență se subdivide în diverse forme; o primă trecere în revistă a tipologiei este prezentată în grilele de analiză a diferitelor categorii și genuri de programe și emisiuni.

Au fost integrate în proiectul metodologic și aplicate grilele referitoare la categoriile *negativității* și *gradele de intensitate* a actelor violente:

- Tipul și gravitatea consecințelor asupra victimelor;
- Nivel de vizibilitate (fățișă, mascată);
- Nivel de realitate (materială-fizică sau predominant simbolică);
- Nivel de intenționalitate (cu premeditare, asociere întâmplătoare, asociere accidentală);
- Nivel ludic (umor, ironie, amuzament, detașare).

În grila categorizării discursiv simbolice (contexte și categorii interpretative) s-au operaționalizat principalele tipuri de violență și manifestările lor în contextele principale de semnificare (violență gratuită,

logică, legitimă, ca avertizare, estetică, ludică, atractivă prin eroizare, exaltare senzațională, negativ-distructivă prin prezența antieroiilor).

Tipurile de violență au următoarele accepțiuni:

- *Violența psihologică* constă în acțiuni ce aduc atingere integrității psihice a individului (intimidare, batjocură, umilire, amenințări);
- *Violența verbală* se manifestă prin certuri, injurii, ridicarea tonului, utilizarea limbajului licențios, obscen și pornografic;
- *Violența fizică* provoacă victimei o serie de vătămări corporale;
- *Violența socială* reprezintă o formă de violență care constă în controlarea comportamentelor victimei, izolarea acesteia de mediul său social „natural”, familie și prieteni, având drept consecință diminuarea și dereglarea mediilor sociale, precum și restrângerea accesului la informație;
- *Violența economică* este o altă formă de violență, care presupune oprirea accesului victimei la bani sau la alte mijloace economice sau privarea acesteia de mijloace economice, precum și distrugerii de bunuri;
- *Violența sexuală* reprezintă forțarea sau tentativa de obligare a victimei la activitate sexuală nedorită (violuri, pedofilie, prostituarea minorilor, proxenetism).

Reprezentarea violenței poate fi realizată în contexte de: informare, educație, sensibilizare (caritate), exprimare artistică, divertisment, critică socială, ironie, umor, senzațional.

În analiza semio-discursivă violența poate fi reprezentată sub formele: realistă, naturalistă, hedonistă, estetică, ludică, agresivă. Reprezentările și formele violenței menționate mai sus sunt preluate din Anexa la Recomandarea nr. R (97) 19 a Comitetului de Miniștri ai Consiliului Europei către Statele membre, cu privire la *Reprezentarea violenței în mijloacele electronice de comunicare în masă*.

Instrumentul de lucru folosit pentru analiza de conținut a programelor TV este *grila de analiză*. Grilele de analiză au fost concepute pentru a fi aplicate asupra emisiunii în totalitatea sa; de exemplu, o grilă se aplică specific, pentru emisiunea „Știrile de la ora 17” (ProTV). Pentru fiecare emisiune se folosește o grilă, ceea ce induce necesitatea particularizării grilei în funcție de tipul de emisiune, dar și de canalul TV.

#### *Semnificația evaluativă*

Asocierea și disocierea “obiectelor atitudinale”, precum și calificarea lor printr-un termen evaluativ general recunoscut, sunt reprezentative pentru felul în care autorul unui text evaluează acele obiecte atitudinale. Prin asocierea termenilor folosiți (sau a actelor) au fost evaluate contextul și gradele de intensitate a negativității actelor de violență. În mod deosebit, vor fi stabilite conexiunile și semnificațiile unor obiecte atitudinale care definesc diferite grade de violență (verbală, sexuală, fizică, etc).

#### *Text și discurs: analiza structurilor discursive*

Metoda NET - inspirată de Osgood - ia în considerare patru premise:

- orice text conține un anumit discurs;
- discursul este ansamblul evaluativ al obiectelor atitudinale și al relațiilor dintre ele;
- obiectul atitudinal aparține lumii reale și poate fi perceput ca atare;
- orice frază dintr-un text poate fi „redușă” la una sau mai multe „propoziții-cheie”, fiecare dintre aceste „propoziții-cheie” denotând relația dintre două obiecte atitudinale.

#### *Obiectele atitudinale și relațiile dintre ele*

În cadrul metodei NET, „obiectele atitudinale” sunt elemente discursive. Discursul este considerat a fi ansamblul obiectelor atitudinale și al relațiilor dintre acestea, generând într-un text o serie de judecăți de valoare. Pe această bază, sunt evaluate contextele și “situațiile” actelor și scenelor de violență și, deci, vor fi evidențiate mai clar semnificațiile, adică sensul produs de scenele de violență (violență “gratuită”, “legitimă”, “incitatoare”, “ludică”, “logică”, etc)

### Propozițiile cheie

Orice text poate fi redus la una sau mai multe propoziții cheie (sau semne iconice cheie). În cadrul metodei NET, propoziția cheie reprezintă o construcție lingvistică care, având o semnificație echivalentă cu o frază sau un segment al unei fraze, face conexiunea dintre două-niciodată mai mult de două – obiecte atitudinale aflate într-o relație asimetrică. În cadrul acestei metode se face distincția între două tipuri de propoziții cheie. În primul tip de propoziție cheie, autorul (sau emitentul) relaționează obiectul atitudinal X cu un etalon al cărui valoare normativă este marcat cu B (“binele”). Propozițiile cheie aparținând celui de-al doilea tip relaționează două obiecte atitudinale X și Y. Folosind aceasta tehnică, autorii actelor violente vor fi mai semnificativ calificați ca “eroi”- “anti-eroi”.

Forma finală a Raportului de cercetare va cuprinde totalitatea fazelor analizei de conținut:

- analiza de frecvență;
- analiza de contingență;
- testul chi pătrat;
- analiza de tendință.

## 5.

### ANALIZA SEMIO-DISCURSIVĂ

**A** bordarea semiotică a violenței televizuale presupune evaluarea modului în care este generat sensul, la nivel vizual și verbal, în scenele de violență din programele TV, luând în considerare tipul de emisiune promovată, intervalul orar de difuzare și ziua (lucrătoare sau de week end).

Analiza vizează aplicarea unui model tridimensional, structurat pe următoarele niveluri: 1. nivelul *sintaxei* (al succesiunii și combinării elementelor mesajului); 2. nivelul *semanticii* (al elaborării sensului, al construcției semnificațiilor); 3. nivelul *retoricii* (al strategiei discursive și al figurilor de stil menite să seducă publicul).

1. La nivelul *sintaxei* (al succesiunii și combinării elementelor mesajului) se poate aplica schema generală a basmului: un erou-salvator, cu (mari) eforturi, încearcă să recupereze un obiect-lipsă, cu sprijinul adjuvanților și în pofida tuturor oponentilor.

2. La nivelul *semanticii* (al elaborării sensului, al construcției semnificațiilor) au fost urmărite:

- Mituri și simboluri prezente în scenele de violență, asociate eroilor / antieroiilor;
- Coduri cromatice și lingvistice incluse în prezentarea scenelor de violență;
- Conotații și denotații asociate actelor de violență;
- Semnificațiile generate de *scenarizarea vizuală*:

a) Semnele operante la nivelul imaginii: 1) *semne iconice* (semne analogice, bazate pe o relație de asemănare cu referentul, figurative); 2) *semne plastice* (instrumentele plastice propriu-zise ale imaginii: culoare, iluminare, formă, compoziție, textură etc.) și 3) *semne lingvistice* („imaginea” textului, de exemplu, titlul filmului)

b) *Planurile*: (evaluarea reprezentării distanței personale): Gros-plan (ochii) (efect de intimitate / efect de voyeurism); Plan detaliu (efect de voyeurism); Prim plan (fața) (efect de personalizare); Plan mediu (până la mijloc) (efect de sociabilitate); Plan american (până la genunchi) (efect de sociabilitate); Plan întreg (obiectul în întregime) (efect de sociabilitate); Plan general (efect de spațiu public).

c) *Axa*: frontală (prezentare din față) (de exemplu, efect de obiectivitate – prezentatorul de știri); de acompaniament al privirii (viziune de interiorizare, efect de interiorizare); plurifocalizantă (mai multe cadre simultan) (efect de ubicuitate)

- Semnificațiile generate de *scenarizarea verbală* (raportarea mesajului verbal la imagine):

a) Semnele operante la nivelul mesajului verbal: *semne lingvistice*;

b) Semnificațiile mesajelor transmise de *voci-in* (personaje) și *voci-off* (vocea comentatorului) și raportarea lor la imagine, precum și la mesajul sonor reprezentat de muzică și zgomote;

c) Funcția de *ancoră* a mesajului verbal (fixarea semnificației mesajului iconic, stabilirea nivelului bun

de lectură); funcția de *releu* (completarea mesajului iconic pentru a facilita înțelegerea acestuia – de exemplu, indicații de timp și loc într-o știre).

Analiza semiotică este dublată de o *analiză discursivă*, pentru a surprinde situația de comunicare, identitatea discursivă a actorilor prezenți în scenele de violență, pozițiile susținute, relația dintre aceștia în funcție de contextul și resursele de care dispun, valorile și normele sociale la care apelează pentru construirea discursului, modul în care se raportează la public.

### **Etapele metodologice ale analizei discursive**

#### *1. Identificarea evenimentului:*

- Localizarea actului de comunicare a unui vorbitor pe axa **eu-aici-acum-tu**
- Actul de comunicare este un act întreprins de un anumit actor social într-o situație dată, într-un anumit moment și adresat unui anumit public.

#### *2. Mecanica sau modalizarea evenimentului:*

- Reprezintă axa cum;
- Se identifică diferitele resurse pe care vorbitorii le exploatează în actul de comunicare pentru a-și atribui o anumită poziție în raport cu interlocutorul, cu tema pusă în discuție și cu alte luări de poziție referitoare la tema discutată;

- Trebuie identificate sursele pe care vorbitorii le utilizează cu o anumită frecvență, constanță, adică definirea *constantelor de comunicare*.

#### *3. Normalizarea evenimentului:*

- După identificarea constantelor unui discurs, se stabilește în ce măsură aceste constante exprimă o serie de norme sociale, practici instituționale, sau convenții tacite existente la un moment dat în societate sau într-un grup;

- Corelarea constantelor de comunicare cu o serie de practici sociale, valori, norme care alcătuiesc teritoriul „normalității” pe care o societate îl întreține la un anumit moment.

**Importanța contextualizării pentru producerea efectelor. Nivelul de vizibilitate și „realitate”.** Probabilitatea *imitării-învățării* comportamentelor violente prezentate în programele tv. depinde de *relevanța* sau *importanța psihologică* a acestora (G. Comstock). *Relevanța* (și posibila influențare a telespectatorului) este dată de trei factori: 1. faptul *prezentării în sine* a acestor comportamente la TV și, îndeosebi, prezentarea repetată; 2. raportarea la *sistemul de valori pozitive* din societate (modul în care sunt prezentate *consecințele* actelor respective și în care sunt corelate actele violente cu *satisfacții personale*, cu *recompense* sau *pedepse*); 3. *gradul de realism* (când imaginile și „portretizările” oferite de tv. sunt *total rupte de realitate*, se reduc șansele perceperii actelor-comportamente ca semnificative și tendințele de învățare-punere în practică a comportamentelor respective). Sunt importante, deci, atât *numărul* și *duratele* în sine ale comportamentelor violente prezentate, cât și modul în care sunt *contextualizate-semnificate*: actele percepute ca *relevante* conțin un mare potențial de imitare-învățare, mai ales prin accentuarea *stimulării emoționale*. Comportamentul are șanse de fi imitat atunci când vizionarea lui la TV se întâlnește cu contexte asemănătoare din viața reală a telespectatorilor. Astfel, după ce telespectatorul (mai ales minor și tânăr) vizionează scene palpitate de violență (confruntări între bande rivale, între delincvenți și polițiști etc.), iar intriga sau modul de prezentare sugerează că violența este o *modalitate necesară*, fiind valorizată *pozitiv* (chiar dacă ilegală), relevanța scenei este puternică, mai ales în lipsa prezentării *comportamentelor alternative*. Iar dacă telespectatorul întâlnește o situație *reală, asemănătoare* în viață, este foarte probabil să se producă efectul de *învățare-imitare* a comportamentului violent (D. McQuail).

## Categorii și contexte de semnificare (sinteza grilelor semio-discursive)

Categorii contextuale de evaluare	Tipuri de violență					
	(Psihologică, verbală, fizică, socială, economică, sexuală)					
Categorii ale negativității și grade de intensitate	Tipul și gravitatea consecințelor asupra victimelor (omucidere, rănire etc)	Nivel de vizibilitate (fățișă, mascată)	Nivel de realitate (fizică, simbolică)	Nivel de intenționalitate (premeditată, întâmplătoare, accidentală)	Nivel ludic (umor, ironie, amuzament, detașare)	Scene de groază și oroare (tragedii)
Potențialul impactului negativ al scenelor și actelor	Personaje prezentate atractiv, ca autor sau victimă	Utilizarea de arme (albe sau de foc)	Scenarizare „realistă” a violenței	Absența sancțiunii actelor de violență	Evitarea suferinței și a consecințelor reale ale violenței	Amestecul de violență și umor
Scenarizare și contexte de semnificare	Violența ca avertisment. Acte și scene de violență legitimă	Acte și scene de violență gratuită sau estetică	Acte și scene de autoapărare	Violența ca joc și amuzament (ludică)	Acte și scene de exaltare, eroizare a violenței	Violența naturală
Contexte de localizare a violenței	Cadrul domestic, familial	Situații de distracție, relaxare	Loc de muncă	Strada și utilizarea serviciilor	Situații de interacțiune cu autoritățile	Violența ca mod de interacțiune și rezolvare a situațiilor
Contextualizare maniheistă	Eroi	Anti-eroi	Personaje negative atrăgătoare	„Binele”	„Răul”	Violența – confruntare indisociabilă
Contextualizare discursivă	Violența ca fapte diverse senzationale	Violența ca fapte „de societate”	Violența ca fapte „naturalizate”	Violența ca momente logice ale narațiunii	Violența ca mod eficient și natural de rezolvare a situațiilor și diferențelor	Violența „logică”

Un mod de a defini violența gratuită: „o violență deconectată de context, neutilă desfășurării acțiunii, o violență fără alt obiectiv decât acela de a se hrăni singură și propria sa ură, din voința de a face rău, de a umili umanul, fără altă explicație decât aceea a unei pulsioni ucigătoare” (Paul Paillet, „Les jeunes face aux médias”, Paris, p. 96). Este o scenarizare frecventă în filmele de acțiune, de groază, dar și în desenele animate, și care poate fi mai nocivă decât violența războinică și mai terifiantă pentru copii și adolescenți.



## 6.

### INDICATORI AI VIOLENȚEI „REALE” ȘI „FICȚIONALE”

A. Acte de agresiune (comportamente care intenționează să rănească sau să distrugă pe cineva, fizic sau psihic:

- instrumente vizând scopuri coercitive pentru exercitarea violentă sau represivă a puterii și / sau a forței;
- fizică – atingere adusă integrității corporale a altora;
- verbale – jigniri și alte forme de agresare verbală a unor persoane;
- directe / indirecte;
- controlate / impulsive – (deliberate-involuntare, premeditate-spontane);
- masculine / feminine;
- comise de adulți / copii / tineri;
- agresivitate latentă / manifestă;
- rănirea sau distrugerea (uciderea victimei).

B. Categorisirea în forme după două criterii principale (James Potter, 1999) – gradul de intenționalitate și rănirea produsă victimelor:

- Tipul violenței actului (de la major la minor);
- Tipul actului (forme fizice, forme verbale);
- Intenționalitatea (de la premeditată la accidentală);
- Gradul de rănire a victimelor;
- Tipul rănirii (fizică, emoțională, psihologică);
- Nivelul de vizibilitate (de la violența mascată la cea manifestă);
- Nivelul de realitate (de la fantezie, mai ales în ficțiuni, la violența “reală” din teleshows);
- Nivelul umorului agresiv (sarcasm, etichetări, satiră, acuzații, înjurături, stereotipuri ale umorului care rănește).

C. *Durate și frecvențe ale manifestărilor agresive și actelor de violență, pe categorii și tipuri de emisiuni și de programe, pe tipuri de acte violente și intervale orare:*

– Durata medie, în secunde, a scenelor violente în decursul unui teleshows, unui telefilm, unui serial, unui film (polițiste, de acțiune, thriller, western-uri, de groază, science-fiction etc.);

– Frecvența scenelor de violență în diferite categorii de emisiuni, la nivelul unei zile (în *prime time* și în afara acestui interval), la nivelul unei săptămâni;

– măsurarea se concentrează pe *intervalele orare* de audiență ridicată a copiilor și adolescenților (cele patru vârfuri de audiență a acestora: dimineața, la prânz, *access prime time*, *prime time*);

– *Proporția și volumul* emisiunilor violente, licențioase, pe canale tv, tipuri de emisiuni, zile și intervale orare.

D. Contextualizarea actelor de violență:

– acte și scene de violență „gratuită”;

– scenele de groază;

– acte și scene de violență „legitimă”;

– acte și scene de „autoapărare”;

– acte și scene incluse logic într-o tramă narativă;

– violența ca joc și amuzament;

– actele și scenele de „exaltare” a violenței („eroizarea” violenței);

– prezența și utilizarea armelor;

– acte și scene care supradimensionează reprezentarea violentă a lumii, societății, grupurilor, indivizilor;

– acte care redau viața și pericolele care o amenință, exercitând o funcție de avertizare;

– violuri, tâlhării, omucideri;

– violența ca pedeapsă sau recompensă;

– acte de violență atractivă (eroi salvatori etc.);

– limbaje: obscen, pornografic, jargon, argou, obraznic, insolent (de la înjurături la glume de mahala).

E. Clasificarea emisiunilor după gradul susceptibil de a produce efecte asupra minorilor și a tinerilor:

- imitația și învățarea socială (identificarea copiilor cu personaje agresive);
- impregnarea (asimilarea, chiar inconștientă, a stilului violent de relaționare umană);
- dezinhibarea (imaginile care pot favoriza în grad înalt trecerea minorilor la acte violente);
- desensibilizarea și repetarea frecventă a scenelor violente reduce sensibilizarea copiilor la violență

și sporește gradul de acomodare a acestora cu actele violente;

- catharsis (eliberarea de pulsioni agresive);
- incubație (frică, spaimă, insecuritate).

În cercetare au fost utilizate și alte scheme de categorizare a actelor de violență televizuală.

Schema categoriilor de analiză a formelor de violență în știri / informații tv

1. Rănire	Orice loviri, vătămări asupra unei ființe umane sau animal; poate fi și de natură emoțională; forma extremă de rănire este crima (omorul)
2. Prejudiciu	Acțiunea prin care se aduce o vătămare, atingerea intereselor, reputației sau demnității unei persoane
3. Distrugere	Deteriorări sau distrugeri în mediul fizic
4. Daună	Acele acțiuni prin care se provoacă o pagubă de natură materială sau morală

Gradul de intenționalitate	1. Premeditat
	2. Accidental

Modalități de acțiune (schemă propusă de drd. Doru Petruți în colaborare cu prof. univ. dr. Ioan Drăgan).

Schema categoriilor de analiză a teledocumentarelor / Actorii

Agresor	1. Individ
	2. Grup(uri) umane
	3. Animal(e)
Victimă	1. Individ (chiar și propria persoană)
	2. Grup(uri) umane
	3. Animal(e)
Forme de manifestare a violenței	1. Fizică
	2. Morală
	3. Psihică
	4. Verbală
	5. Socială
	6. Sexuală

Cine sunt actorii, cei care iau parte la acțiunile din sfera violenței. *Atacatorul* (sau agresorul) – cel care efectuează acțiunea – și *Victima*, cel care suportă acțiunea.

Alți indicatori:

- numărul de știri care conțin acte violente;

- număr total de știri;
- durata totală a știrilor care conțin acte violente;
- durata totală a jurnalului;
- prezența sau absența armelor.

Notăm ca exemplu *indicatorii unui comportament violent la copii:*

(Frecvența scenelor în ficțiuni tv)

- mânie intensă – atunci când este furios sparge, trânteste, lovește tot ce îi apare în cale, aduce injurii și îi amenință pe cei apropiați;

- pierderi frecvente ale cumpătului și izbucniri necontrolate;
- iritabilitate extremă;
- implicare în bătăi;
- chinuirea animalelor;
- lovirea fără motiv a prietenilor de joacă;

- impulsivitate excesivă – subiectul nu se gândește la consecințele actelor sale;

- frustrare – atunci când ceva nu este conform cu dorințele sale, își pierde răbdarea, controlul; este cazul unor copii care plâng des și au manifestări agresive.

Sau o altă grilă de analiză care privește violența *verbală*, după forme de *etichetare*:

Forme de violență verbală

Nr. crt.	Categorizări	Expresii, forme verbale
1	Ridiculizare prin „declarare”	Golan, derbedeu, pleavă
2	Ridiculizare prin desconsiderare și umilire fizică	„Nimicuri”, handicapat, paralytic, pitic, scursură, retardat, pleavă, sașiu, chior, șchiop
3	Etichetare în registru „bestiaru”	Animal, porc, păduche, șobolan, ploșniță
4	Calomnie în registru infracțional	Hoț, bandit, corupt, criminal, mafiot, delapidator
5	Atac la persoană în registru licențios, libidinos	Curvar, homosexual, violator, sex în grup, prostituat, prostituată, proxenet
6	Porecle denigratoare	Ciobanul, chiorul
7	Etichetări xenofobe	Țigan jegos, jidan împutit, boanghină, țaran leneș

### SPOTURI /CLIPURI PUBLICITARE, PROMOURI

Q1: Tipul de clip	1. Promo	2. Publicitate	3. Altul
-------------------	----------	----------------	----------

Q2: Canal TV	1. TVR	5. Antena3	11. Cartonn Network
	2. ProTV	6. RealitateaTV	12 Jetix
	3. Acasă	7. PrimaTV	13. Minimax
	4. Antena1	8. OTV	

Q3: Ziua	1. luni	5. vineri
	2. marți	6. sâmbătă
	3. miercuri	7. duminică
	4. joi	

Q4: Conținutul de violență:	1. Nu conține niciun aspect, semn / simbol cu conținut violent
	2. Scenarizare structurată pe o idee, un model violent
	3. Prezență aluzivă, tangențială a unor semne / simboluri violente (sonore, fizice, sexuale, psihologice, verbale)
	4. Nu este cazul

Q5: Intervalul orar	Dimineața 7-14	APT 17,30-19	PPT 22-24
	PM 14-7,30	PT 19-22	

Q6: Contexte ale scenarizării spațiale	1. Familia, locuința	3. Natura	5. Strada	7. Șosele, drumuri	9. Terenuri de sport
	2. Magazine, marketuri, piețe agroalimentare	4. Cartiere	6. Școală	8. Locuri de joacă	10. altele

Q7: Copiii ca „referenți” și/sau ținte	1. Prezintă copii ca personaje, actori	3. Publicitate sucuri, dulciuri etc. pentru copii	5. Reclamă la jocuri video	7. Nicio referire la copii (actori și reclame adulți)
	2. Publicitate articole de îmbrăcăminte pentru copii	4. Jucării	6. Alte produse pentru copii	8. Scene în care copiii cer produse publicitate

Q8: Publicitate de produse care promovează violența la copii	1. Produse tipice pentru exersarea/manifestarea violenței (pistoale, arme, arcuri, și săgeți)	2. Jucării, produse asociate unor acte, manifestări violente (ex. Mașinuțe, trenulețe vapoare care lovesc, răstoarnă, distrug)	3. Animale în ipostaze și cu tentă agresivă (lei, urși, tigri, câini fioroși etc.)
--	---	--	--

Q9 Copii sunt actori:	1. principali	2. secundari	3 nu apar copii
-----------------------	---------------	--------------	-----------------

Q10 Numărul copiilor care apar în clip:	1. unul	2. doi	3. mai mulți	4. nu e cazul
---	---------	--------	--------------	---------------

Q11 Sexul (actorilor copii)	1. Masculin	2. feminin	3. indefinit	4. nu e cazul
-----------------------------	-------------	------------	--------------	---------------

	Contexte de scenarizare /semnificare	Da	Nu
Q12	Valorizarea ingenuității și a visării proprii copilului; Copiii prezentați ca ființe ingenuie, visătoare, bune, exuberante dar nevinovate, zâmbitoare, bucurătoare, fericite la atenția altora (părinți, rude, apropiați, educatori, învățători);	1	2
Q13	Copiii scenarizați în posturi de transgresare a „rolurilor” (sugerarea și valorizarea încălcării normelor statutare și de rol pentru a-și impune dorințe și a obține achiziții etc.) și în contexte permissive (copiilor le este permis totul sau aproape totul);	1	2
Q14	Contexte de „permutare a rolurilor”: copiii ca ființe „dominante” în raport cu părinții și adulții în general (formarea și manifestarea personalității „autoritare”); valorizarea copilului nesupus și „dominator”;	1	2
Q15	Copiii ca ființe „rele”, „posesive”, agresive din naștere (naturalizarea violenței și posesivității; valorizarea impulsurilor, instinctualității agresive la copii); valorizarea copilului impulsiv;	1	2
Q16	Copilul ca centru al universului familial, social, cultural (toată lumea este a lui, are dreptul de a obține orice, orice dorință trebuie să i se îndeplinească);	1	2
Q17	Copilul ca ființă care trebuie protejată, ajutată, înțeleasă, sprijinită de către părinți, nu de către adulți în genere; scenarizarea dragostei, atenției și generozității părintești față de copii;	1	2
Q18	Confuzia rolurilor socializatoare parentale: copiii răsplătiți indiferent de purtarea lor bună sau rea;	1	2
Q19	Jocurile copiilor ca manifestări ale descătușării și consumării energiei copiilor	1	2
Q20	Jocurile copiilor ca manifestări ale descătușării și consumării impulsurilor agresive	1	2
Q21	Violența spoturilor, clipurilor ca expresie a tehnicilor televizuale (ritm trepidant, zgomot asurzitor, imagini șocante).	1	2

# REZULTATE SINTETICE ALE STUDIULUI - EDIȚIA 2009

Ioan Drăgan, Alexandra Povară

## 1.

### INSTRUMENTELE ANALIZEI. INDICATORI ȘI OBIECTIVE

**A**naliza de față este a patra cercetare a violenței TV din audiovizualul românesc. Reluăm sintetic unele precizări metodologice.

Metodele de cercetare folosite:

- metoda analizei de conținut (iconice și verbale);
- metoda analizei semio-discursive.

Tipologia violenței:

- Tipurile violenței după genul emisiunilor în care acestea apar:
  - violența reală,
  - violența ficțională.
- Tipurile violenței după categoria în care este prezentă violența:
  - V. Fizică;
  - V. Verbală;
  - V. Psihologică;
  - V. Economică;
  - V. Sexuală;
  - V. Socială.

Cinci tipuri de emisiuni au fost studiate: informative, ficționale, divertisment, reality-show, publicitate și promo.

Perioada monitorizată: 5-11 ianuarie 2009.

- 11 Canale TV analizate:
  - Canale generaliste:
    - Publice: **TVR1**;
    - Private: **ProTV, Acasă, Antena1, PrimaTV, OTV**.
  - Canale specializate:
    - de emisiuni informative: **Antena3, Realitatea TV**;
    - canale pentru copii (desene animate): **Cartoon Network, Jetix, Minimax**.

Volumul de programe analizate cuprinde 348 de ore și 15 minute.

Intervalele orare analizate:

Canale generaliste și tematice pentru adulți								Canale de desene animate		
Acasă	Antena1	Antena3	OTV	Prima	ProTV	TVR1	Realitatea	CN	J	MM
24 h 15min	38 h	34 h 45min	21	34	41h 45min	36h 10min	35h 20min	27	27	29
Total 265 ore și 15 minute								Total 83 ore		
TOTAL: 348 ore și 15 minute										

Intervalele orare ale emisiunilor de pe canalele CN și J analizate							
interval orar	Ma	Mi	J	V	S	D	L
9--10							
10--11							
11--12							
12--13							
13--14							
14--15							
15--16							
16--17							
17--18							
18--19							
19--20							
20--21							
21--22							

**Obiectivele** avute în vedere au fost:

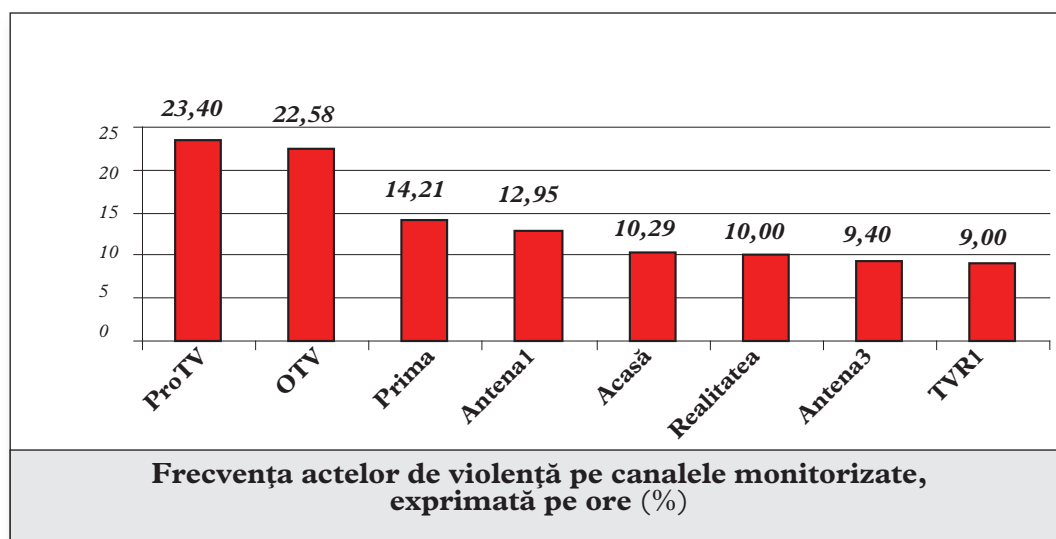
1. Calcularea indicatorilor clasici ai violenței:
  1. frecvența actelor de violență (pe oră);
  2. durata actelor de violență;
  3. ponderea violenței, ca durată, într-o emisiune și într-o oră de emisiune;
2. Identificarea tipului de violență (după tipologiile amintite);
3. Identificarea formelor concrete de manifestare a diferitelor tipuri de violență;
4. Portretizarea actelor de violență de pe fiecare canal ținând cont:
  1. de tipul de emisiune;
  2. de contextualizarea actului de violență (contextul în care are loc, de la localizarea fizică la intenționalitate, legitimitate, context ludic, gratuitate etc.);
5. Analiza actorilor (personajelor) din scenele de violență (în ceea ce privește natura, sexul, vârsta, modul de definire / reprezentare etc.);
6. Modurile de scenarizare / semnificare.

## 2.

## DATE ȘI TENDINȚE GLOBALE

Acest subcapitol face o prezentare a cantității și a tipului de violență prezente în perioada analizată (5-11 ianuarie 2009), în programele celor opt canale TV luate în analiză: **TVR1**, **ProTV**, **Antena1**, **Antena3**, **Realitatea**, **Prima**, **Acasă**, **OTV**. Datele prezentate în graficele ce urmează se referă la violența de tip „real”<sup>3</sup> și la cea de tip „ficțional”<sup>4</sup>. Un capitol separat este dedicat violenței din desenele animate, iar un alt capitol prezintă violența din spoturile publicitare și de promo.

### 2.1. Frecvența actelor de violență. Ierarhia canalelor după ponderea scenelor / actelor de violență

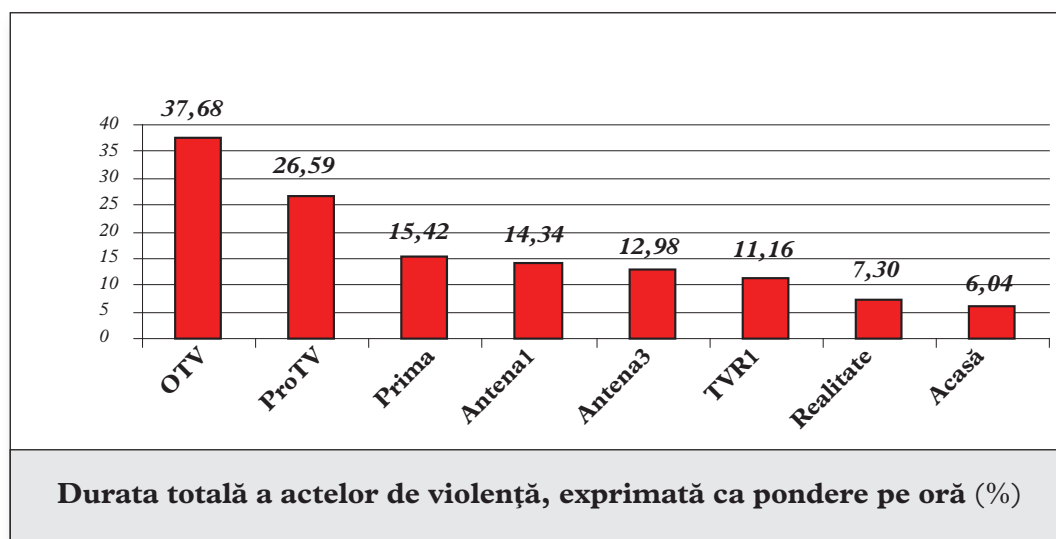


Acest prim grafic prezintă numărul mediu de acte de violență pe oră, înregistrate în săptămâna analizată, pentru fiecare dintre canalele monitorizate. Facem precizarea că rezultatele se referă la valorile **pe oră**, excluzând publicitatea. Referindu-ne la **TVR1**, graficul arată că într-o oră de emisiune propriu-zisă (fără publicitate), la canalul public de televiziune au putut fi urmărite 9 acte de violență. Aceasta valoare este maximă în cazul **ProTV**, unde au putut fi urmărite 23,4 acte de violență într-o oră de emisiune. Aceste date sunt obținute prin însumarea actelor de violență reală cu cele de violență ficțională. Canalele care au prezentat cele mai puține acte de violență pe ora de emisiune au fost **TVR1**, **Antena3** și **Realitatea**, iar canalele care au prezentat cele mai multe acte de violență pe oră au fost **ProTV**, **OTV** și **Prima**. Media este de 14 acte de violență pe oră. În schimb, în programul canalului de desene animate **Jetix** frecvența este în medie de 37 scene violente pe oră.

<sup>3</sup> Violența reală cuprinde violența prezentă în emisiunile de știri, de dezbateri, de divertisment, reportaje, documentare și reality-show-uri.

<sup>4</sup> Violența ficțională cuprinde violența prezentă în toate tipurile de filme și seriale, precum și în programele dramatice, de teatru.

Graficul următor arată care este ponderea violenței dintr-o oră de emisiune, indiferent de tipul de emisiune.



Se observă că cea mai mare durată a actelor de violență s-a înregistrat la canalul **OTV**, unde 37,7% dintr-o oră de emisiune a fost „ocupată” de acte violente. Pe locul doi în acest top al canalelor cele mai violente după acest indicator se plasează **ProTV**, cu 26,6% pondere a violenței pe ora de emisiune. Pe locul al treilea, dar la peste 10 procente de **ProTV**, se află **Prima** (15,4%). Durata medie a actelor violente este de 18,65%, ceea ce plasează majoritatea canalelor analizate sub această valoare. Cel mai mic scor pentru acest indicator a fost obținut de **AcasăTV** (6% pondere a violenței), de **Realitatea** (7,3%) și de **TVR1** (11,1%).

După indicatorul **duratei ponderate** a scenelor violente pe oră, canalele analizate se ierarhizează după cum urmează:

- **OTV**: mai mult de 22 de minute (în medie dintr-o oră de emisiune) conțin scene/acte de violență – date care confirmă și sub acest aspect tabloidizarea canalului **OTV**.

- **ProTV**: durata medie de scene violente pe oră se menține la aproape 16 minute; 75% dintre scene reprezintă violențe verbale, ceea ce este, desigur, foarte mult, dar oarecum consonant cu identitatea editorială, profilul și stilul acestui canal comercial excesiv de tributar modelului televiziunii comerciale trepidante, pulsionale și senzaționale (abundență de filme de import, încărcate de violență, difuzate la ore de mare audiență și un telejurnal integral senzaționalist și violent difuzat în access prime time, când copiii se află în fața televizorului în număr semnificativ). Situația **ProTV** (ca și a altor canale) ne arată cât de importantă este strategia editorială pentru amplificarea sau reducerea ponderii violenței televizuale, dar mai ales pentru utilizarea dozelor de senzațional violent pentru a forma audiențe. Este semnificativ pentru stilul acestui canal că violența fizică, mai ales din filmele de acțiune, deține o pondere foarte mare: 57,4% în ansamblul celor șase tipuri de violență.

- **Prima**, **Antena1** și **Antena3** ocupă o poziție intermediară ca ponderi ale duratei medii a scenelor de violență pe oră care oscilează între 8 și 9 minute.

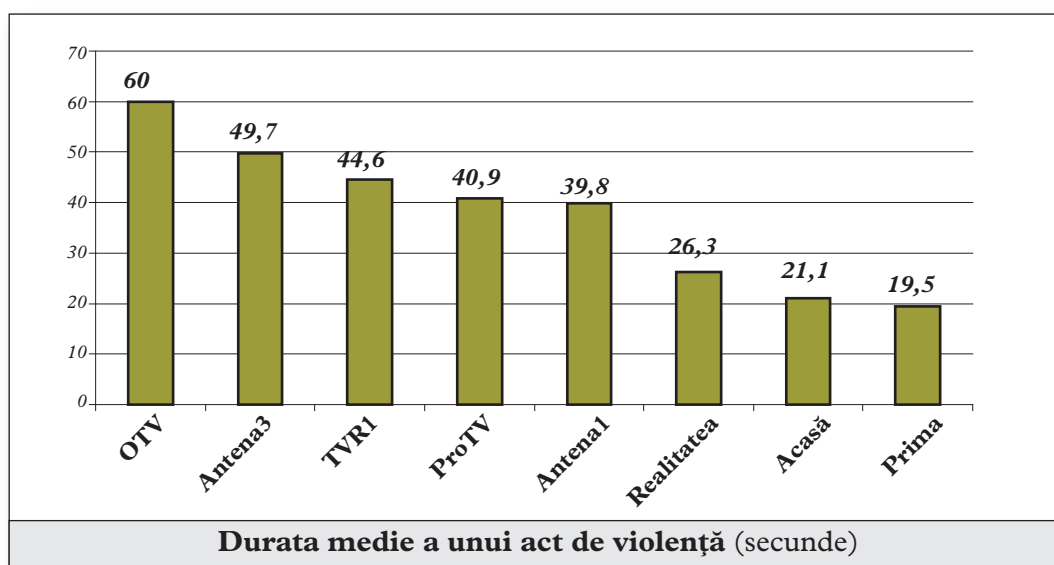
- Canalul public **TVR1** ocupă o poziție oarecum similară cu aceea a altor canale publice din țări occidentale, dar având o medie, în general, mai mare decât a acestora.

- **Realitatea TV** și **AcasăTV** dețin cele mai bune scoruri, adică cele mai mici ponderi în minute de scene violente pe oră. În cazul **Realității TV**, nu atât selectarea și modul de prezentare a știrilor generează diferența față de alte canale de informare, cât moderarea mai strânsă a dezbaterilor și ponderea polemicilor. Exemplul **Realității TV** evidențiază rolul decisiv al moderatorului (pe lângă selectarea invitațiilor și comportamentul acestora) în reducerea violenței verbale. **AcasăTV** beneficiază de sprijinul ficțiunilor transmise cu preponderență, adică telenovelele romantice, dulcele și puțin orientate spre scene de violență prin definiție.



## 2.2. Durata medie a unui act de violență

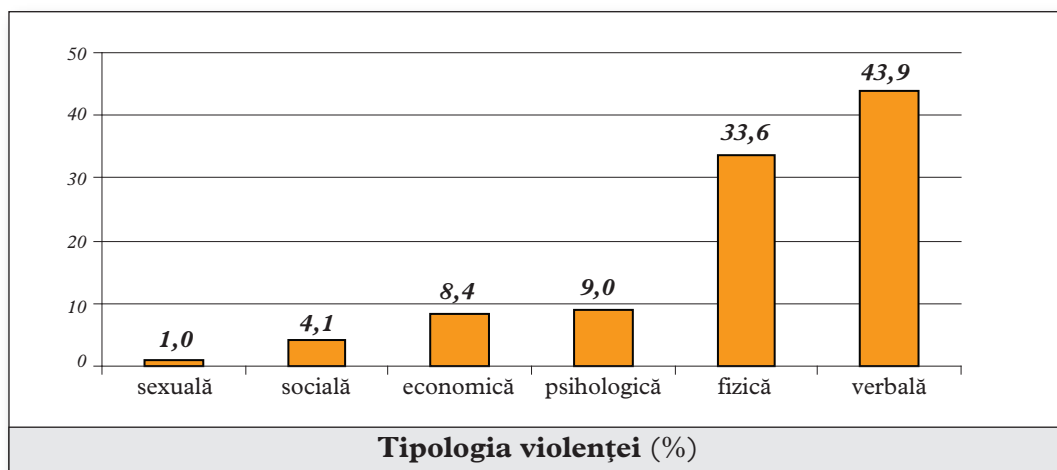
S-a pus întrebarea: care este durata medie a unui act de violență, indiferent de categoria generală a acesteia (reală sau ficțională)? Potențialul de influențare a scenelor violente este dat nu doar de frecvențele și duratele medii ale acestora, ci și de extensia temporală a fiecărei scene (creșterea a ceea ce se numește „potențial de impregnare”). Clasificarea canalelor obținută în funcție de acest indicator plasează în top OTV-ul (cu o durată medie a actului de violență de 60 de secunde – reamintim că în cazul acestui canal singura emisiune analizată a fost *Dan Diaconescu Direct*), urmat de **Antena3** (aproape 48 de secunde în medie pentru un act de violență) și de **TVR1** (aproape 45 de secunde valoare medie pentru un act de violență). La polul opus se află **Prima** (19,5 secunde în medie), **Acasă** (21 secunde) și **Realitatea** (26 secunde).



Nefirească și neconformă cu statutul de canal public este poziția ocupată de **TVR1**: dacă după frecvență și durata medie pe oră a scenelor de violență acest canal este mai aproape de identitatea unui canal public, în ce privește extensia în secunde a scenelor de violență este departe de misiunea sa editorială (educativă, culturală, informațională, pedagogică - desigur într-un registru televizual, diferit de cel școlar).

## 2.3. Tipul și formele de violență

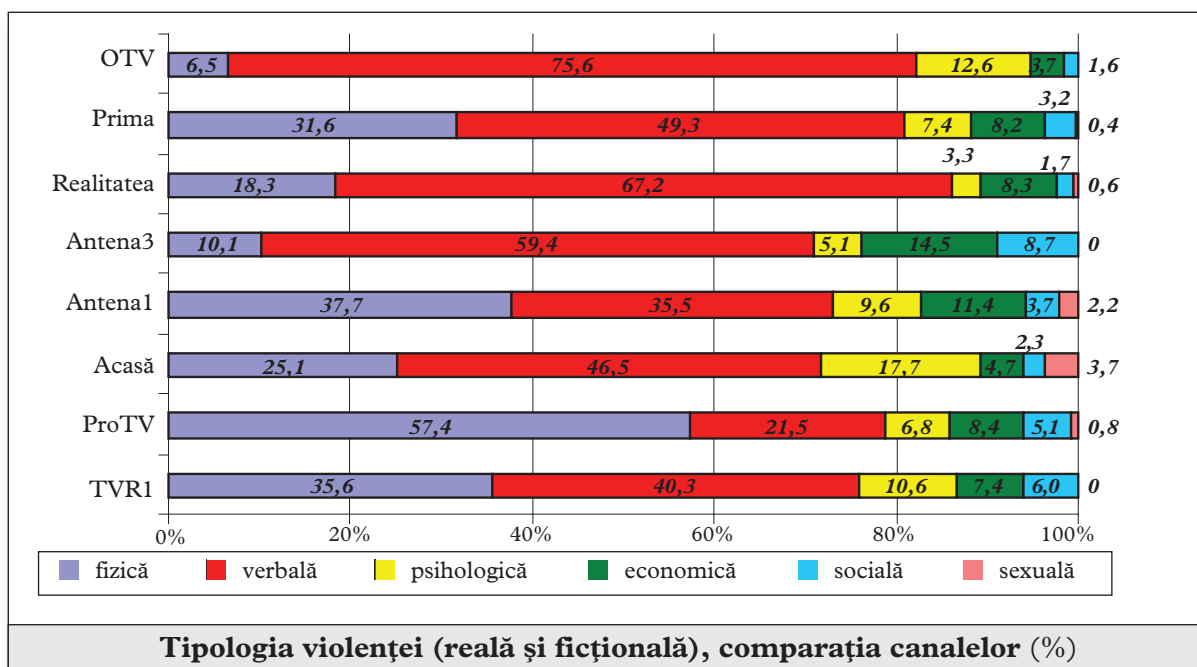
Se impune și o altă precizare. Mai recent, mulți cercetători ai televiziunii atrag atenția asupra reprezentării simpliste care reduce televiziunea la un mediu al imaginii. În realitate, cum observă și Breton (*Télévision*, 2007), televiziunea scenarizează cel mai adesea cuvântul și comunicarea verbală, încât telespectatorul mai mult „ascultă” televizorul privindul. Se confirmă astfel importanța studiilor asupra limbajului verbal al televiziunii (nu doar a celui vizual), precum și a necesității de a se acorda o atenție mai mare acurateței, corectitudinii și evitării incivilităților sau obscenității și trivialităților de vorbire pe micul ecran.



Graficul de mai sus a fost obținut prin compararea a șase tipuri diferite de violență: fizică, verbală, psihologică, economică, socială și sexuală. Este interesant de urmărit repartitia fiecărui tip de violență, mai întâi fără a ține seama de canalul la care este difuzat, apoi făcând defalcarea pe canale. Pe primul loc ca pondere a frecvenței se plasează **violența verbală**, cu aprox. 44%, urmată de cea fizică, cu 33,6%. Această tendință a fost deja decelată în studiul din decembrie 2008 (pentru CNA), care a indicat o schimbare majoră în ce privește ierarhia tipurilor de violență în sensul trecerii pe primul loc a violenței verbale, care o devansează cu zece procente pe cea fizică. Analiza mai atentă a datelor ne arată că această inversare se datorează nu atât descreșterii frecvenței și duratei medii ale scenelor de violență fizică, cât creșterii și difuzării sociale alarmante a comportamentelor de violență verbală. Recordul este deținut de **OTV**: 75% dintre scenele de violență în programele din săptămâna studiată sunt reprezentate de violența verbală. Procentele sunt ridicate și în emisiunile altor canale, ceea ce alimentează această tendință generală.

Fenomenul este congruent cu alte tendințe, cum este, în primul rând, cel denumit de noi prin sintagma „amplificarea violenței difuze”, fenomen având două laturi complementare: 1. difuzarea scenelor de violență în ansamblul programelor și genurilor de emisiuni tv, nu doar în cele tradițional identificate și receptate ca violente, precum jocurile extreme, filmele de acțiune, jurnalul **ProTV** de la ora 17,00, infestate cu scene violente (sexuale, psihologice, verbale etc.), ca și a celor mai diverse genuri de emisiuni și programe – fie ele de „realitate”, ficționale sau ludice – această „dispersare” a violenței în toate genurile de emisiuni blochează receptarea distanțată față de violența identificată ca atare prin genul programelor, îngreunează și reduce eficacitatea signaleticii de avertizare a părinților și copiilor și întregul mecanism de protecție a minorilor. În televiziune – indiferent de programe – violența tinde a fi omniprezentă, ceea ce are ca rezultat pierderea treptată a separației dintre emisiuni violente și non-violente și formarea credinței că violența este fie o prezență banală, fie un mod de existență și de comportament universal sau universabil.

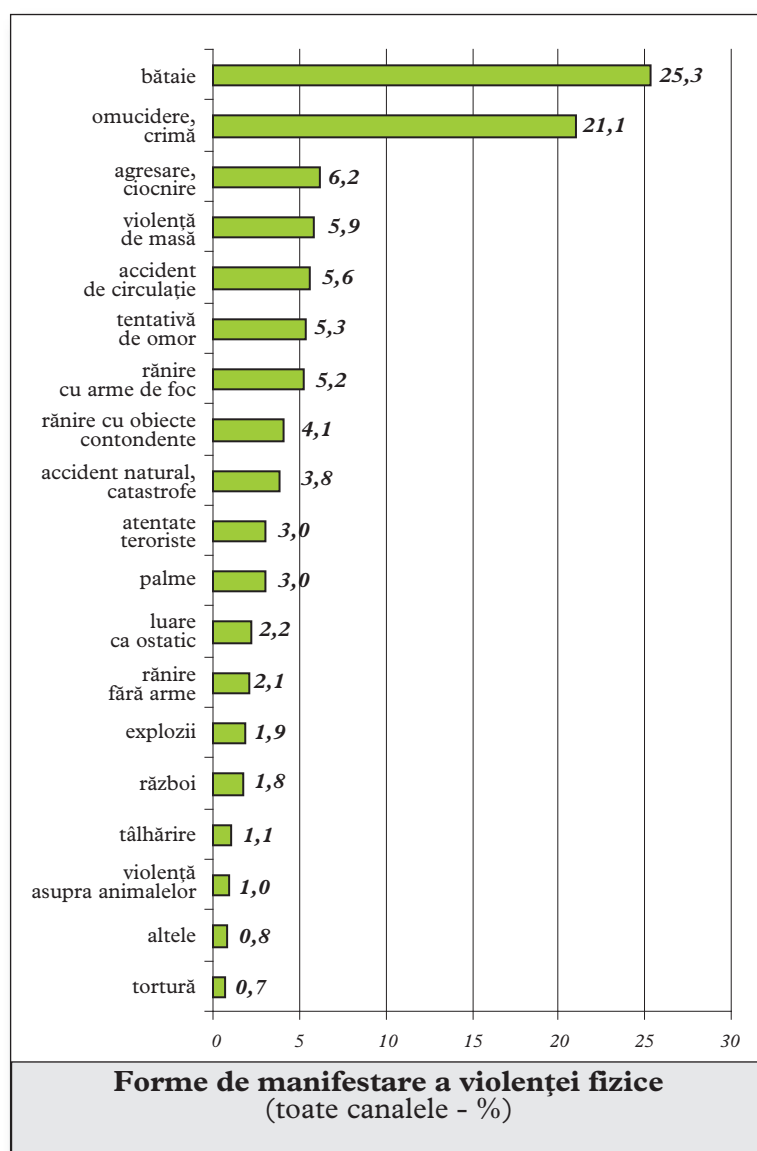
A doua latură a exploziei violenței verbale la televiziune tinde să legitimizeze un tip de violență care, fiind de ordinul limbajului, ar fi socialmente mai puțin periculos. Se uită un adevăr de mult știut: și cuvintele pot nu doar răni, dar pot și ucide. De asemenea, se uită că altercațiile verbale sunt adeseori preludiul și sursa escaladării violenței comportamentale sub toate aspectele acesteia. Să amintim și adevărul stabilit de pragmatică (J. Austin) potrivit căruia „cuvintele nu sunt doar moduri de a spune ceva, ci și moduri de a face, de acțiune socială”. Actele de limbaj sunt asertive (locutorii), perlocutorii, ilocutorii. Violențele de limbaj intră din plin în sfera actelor perlocutorii și ilocutorii, având o putere de acțiune socială tot mai evidentă. Adeseori, degenerarea mediilor sociale este alimentată, anunțată și pregătită simptomatic de multiplicarea limbajului violent, licențios.



Ponderea fiecărui tip de violență depinde de canalele analizate, ca și de specificul fiecărui canal. Astfel, **OTV**, prin natura emisiunii analizate, deține cea mai mare pondere a violenței de tip verbal (75,6% dintre toate tipurile de violență), ca și cea mai mică pondere a violenței de tip fizic: 6,5%. Canalul care a prezentat cea mai mare parte a actelor de violență fizică este **ProTV** (57,4%), unde au predominat filmele de acțiune.

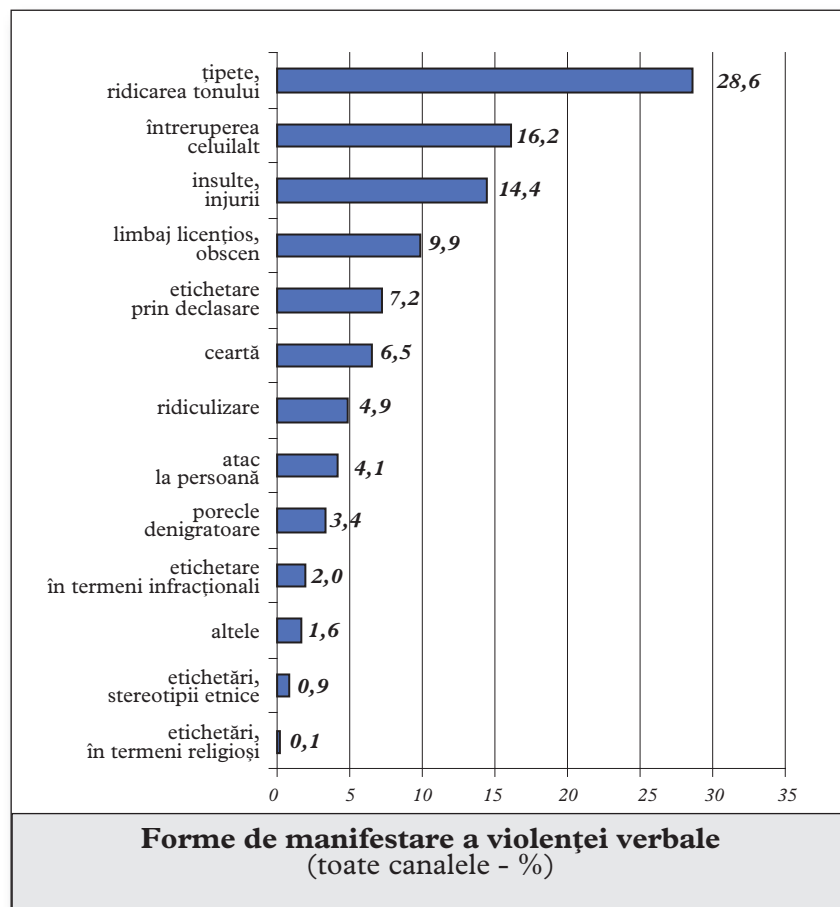
Acest grafic arată diferențierea canalelor ca specific editorial și ca mod de programare în funcție de tipul de violență predominant, care sunt corelate, la rândul lor, cu modul specific de programare. Cantitatea, tipurile și modurile de scenarizare a violenței confirmă relația dintre violența televizuală și strategia editorială și de programare a fiecărui canal. Există, am putea spune, o specializare a canalelor în funcție de tipurile de violență promovate, care provine, ca efect cumulativ, din competiția între canale pentru captarea senzaționalistă: unele dau prioritate filmelor de acțiune și implicit violenței fizice, altele seriilor și foiletoanelor siropoase, mai puțin violente; canalele tematice de informație expun violență „reală” și pentru că televiziunea este incapabilă de a realiza o veritabilă punere în scenă a conversației și dialogului, oferind realmente scene în care preopinienții nu-și vorbesc atât unii altora, cât se adresează fiecare publicului, se lansează într-o oratorie captativă bazată în mare măsură pe violențele de limbaj. Este o întrecere de limbaj în fața publicului în care preopinienții vor să apară mai inventivi, mai prezenți nu atât prin argumente și rigoare, cât prin săgețile otrăvitoare ale ofensei, injuriei, categorizărilor. Și astfel, spectacolul violenței televizuale devine tot mai obscen, licențios – chiar dacă aluziv – injurios, presărat cu glume de proastă calitate. Această tendință este confirmată și de studiile asupra limbajului verbal la televiziune, realizate de Institutul de Lingvistică al Academiei Române pentru CNA (a se vedea site-ul CNA).

Graficele ce urmează detaliază formele de manifestare pentru fiecare tip de violență, pentru a vedea care dintre acestea sunt prezente predominant (dacă este cazul) de canalele tv. Datele sunt prezentate însumate, și nu decalate pe fiecare canal. Se observă că formele de manifestare a violenței fizice cel mai des prezente pe micul ecran sunt bătăile și omuciderea, care împreună reprezintă 46% dintre toate formele de manifestare a violenței fizice.



Pe primul loc în topul formelor de manifestare a violenței verbale se află țipetele și ridicările de ton, cu o pondere de 28%, urmate de formele de tipul violență verbală cum sunt întreruperile celui alt (16%).

Datele indică propensiunea actanțială spre manifestări violente, pierderea inhibiției și a stăpânirii de sine: este plăcerea multor actori din imaginile tv de a se bucura și a găsi gratificații în jigniri, în proasta înțelegere a umorului și a satirei. Mitocăniile de expresie, înjurăturile, categorizările pornite din stereotipuri etnice și alte forme de imaginar lingvistic denigrator contribuie la degradarea emisiunilor de televiziune.

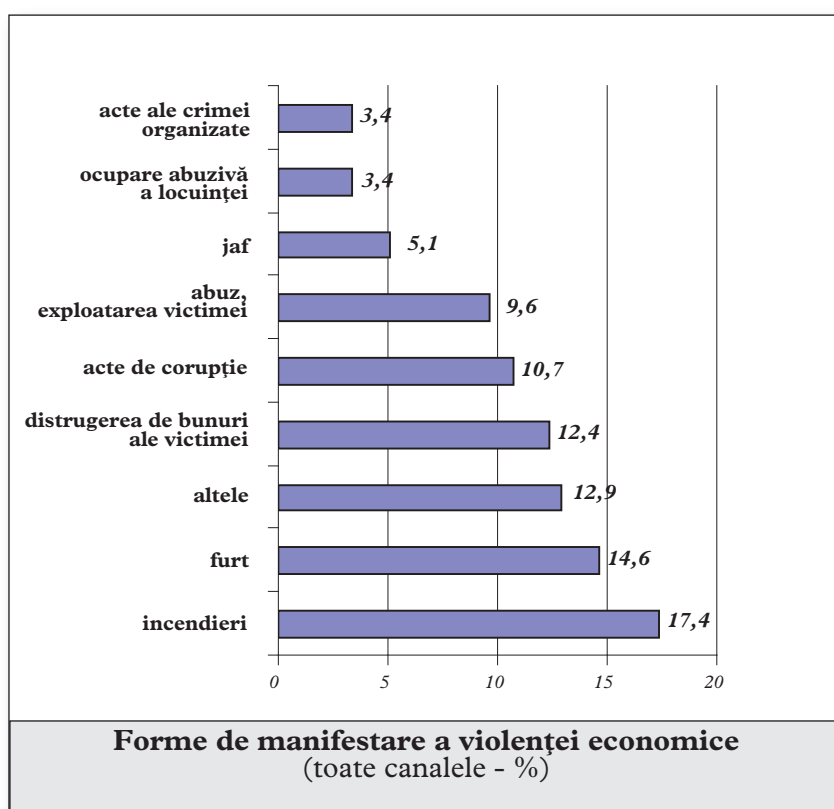
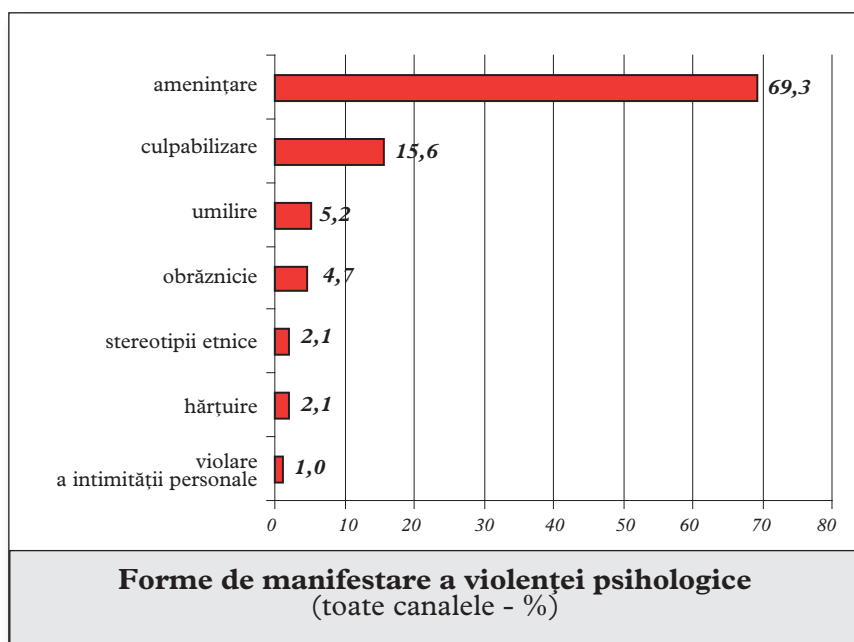


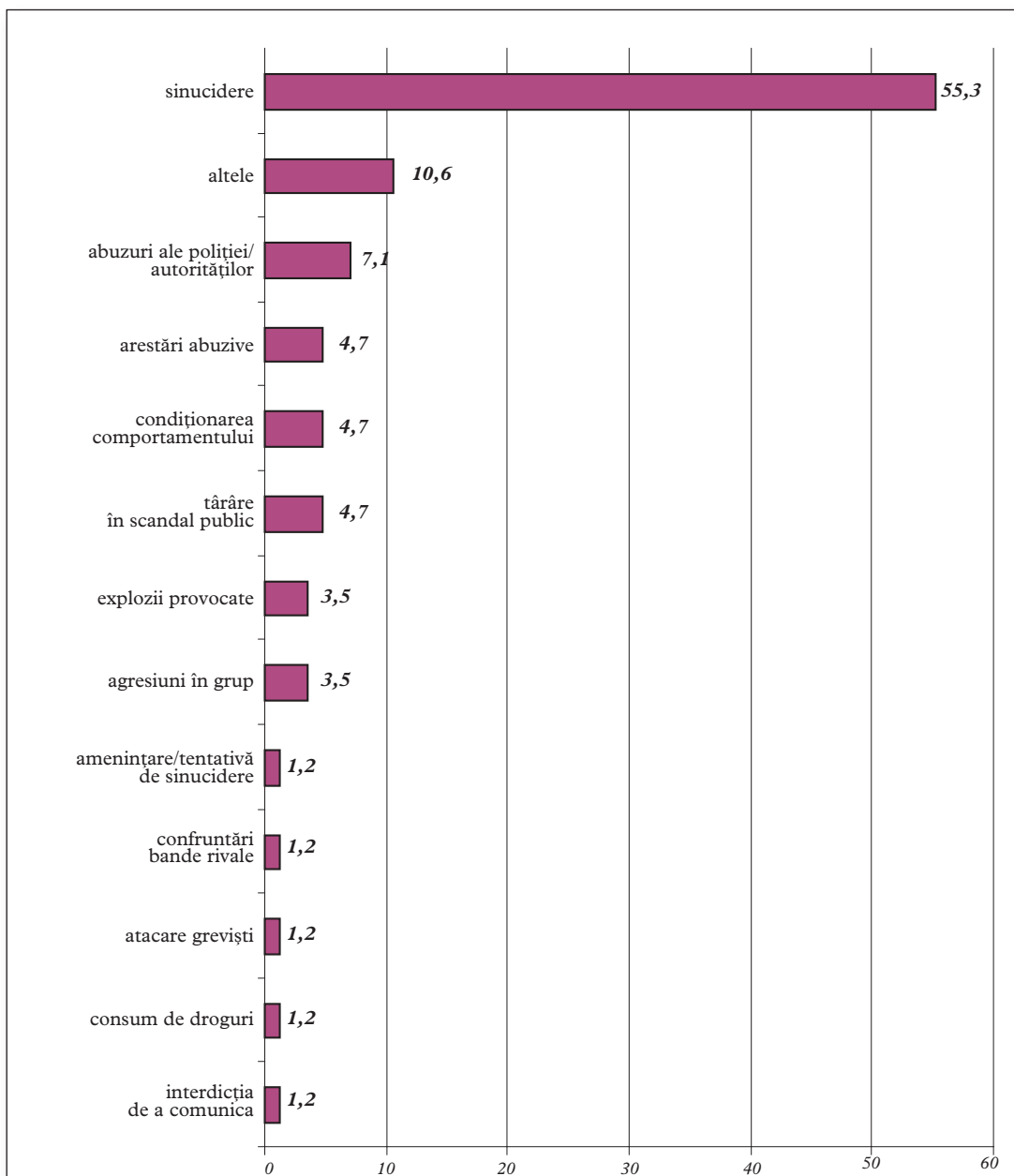
În ceea ce privește violența psihologică, pe primul loc ca formă de manifestare se află amenințarea, cu cca. 70% din numărul total al actelor de violență de acest tip. Se impune precizarea că, la limită, orice act de violență presupune, implicit, și o formă de violență psihologică. Am înregistrat în categoria violenței psihologice doar actele violente care nu făceau parte din celelalte cinci categorii de tipuri de violență, pentru a evita dubla înregistrare.

În privința violenței economice, care este din ce în ce mai des prezentă la televizor (prin comparație cu datele provenite din cercetările anterioare), cele mai des difuzate forme de manifestare sunt incendierile (accidentale sau premeditate) și furturile.

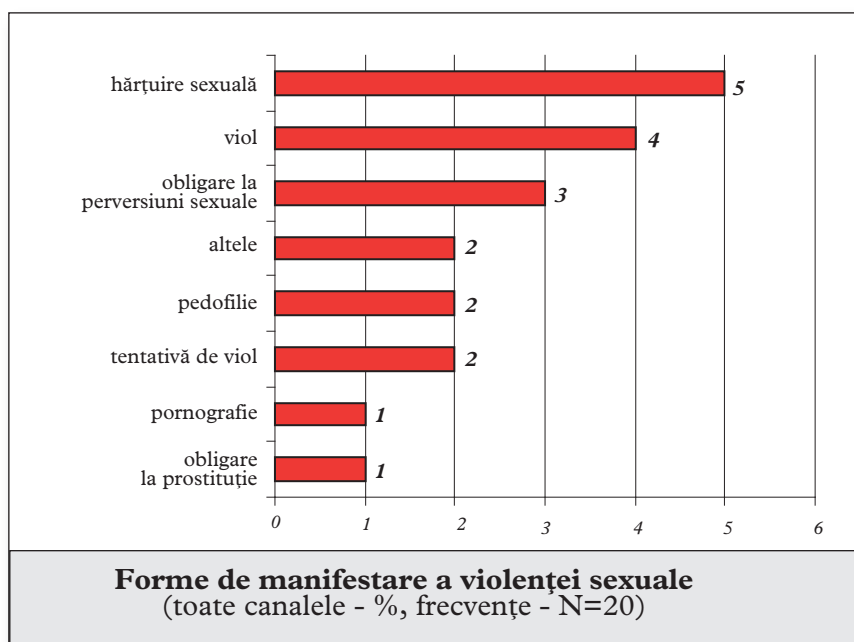
Violența socială este transpusă pe micul ecran sub forma sinuciderilor: mai mult de jumătate dintre aceste forme de manifestare sunt reprezentări ale sinuciderilor.

Deși au fost întâlnite doar 20 de acte de violență de tip sexual, formele de manifestare pentru acest tip de violență au acoperit o plajă largă, de la hărțuire sexuală și viol până la pornografie, prostituție și pedofilie.



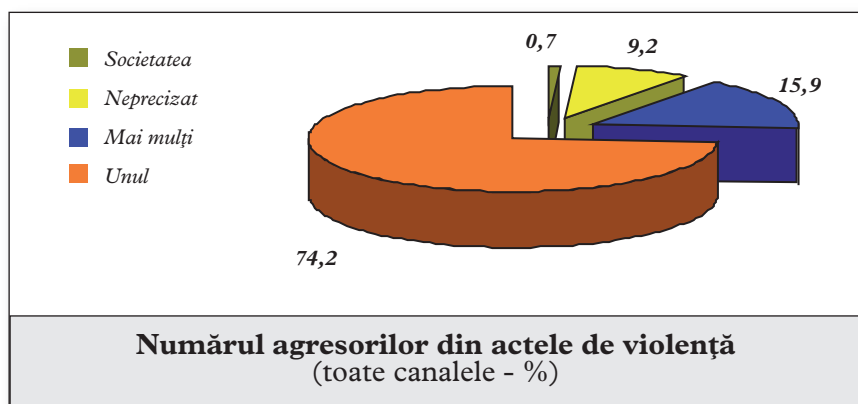


**Forme de manifestare a violenței sociale**  
(toate canalele - %)



## 2.4. Actorii actelor de violență

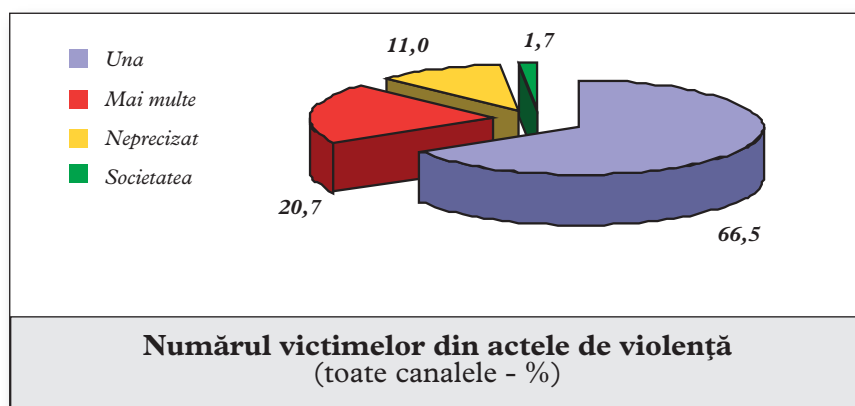
Actorii violenței constituie unul dintre capitolele cele mai importante ale studiului de față și ei au fost analizați din perspective diverse, de la înregistrarea datelor demografice (de tipul vârstei, sexului, profesiei, statusului socio-cultural), până la înregistrarea datelor referitoare la rolul lor în acțiune (am pornit de la considerentul că impactul unui act de violență comis de un personaj pozitiv va fi mai mare – cel puțin asupra copiilor – decât dacă acel act de violență ar fi comis de un personaj negativ). Toate datele se referă la cele două „părți” implicate într-un act de violență, respectiv victimele și agresorii.



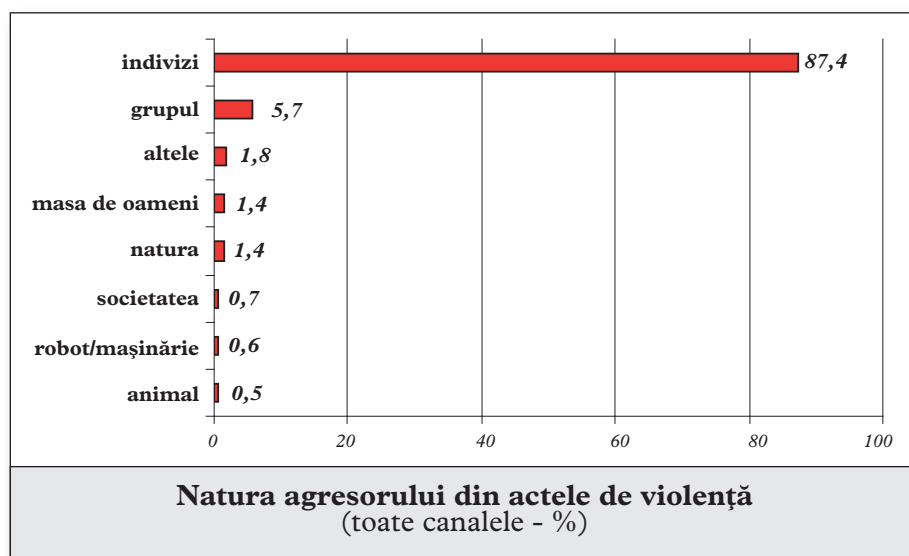
Este violența un act individual sau o acțiune de grup? Răspunsul tinde către prima variantă, de vreme ce trei sferturi dintre violențe au fost comise de către agresori singulari. Semnalăm totuși existența câtorva acte de violență, la care agresorul a fost identificat sub forma societății în ansamblul ei – a fost o situație specifică știrilor economice despre criza economică, ce producea „victime” umane, sub forma concediaților.

Trei sferturi dintre actele de violență sunt comise de un agresor. O treime dintre violențe au o singură victimă, iar o cincime au mai multe victime.

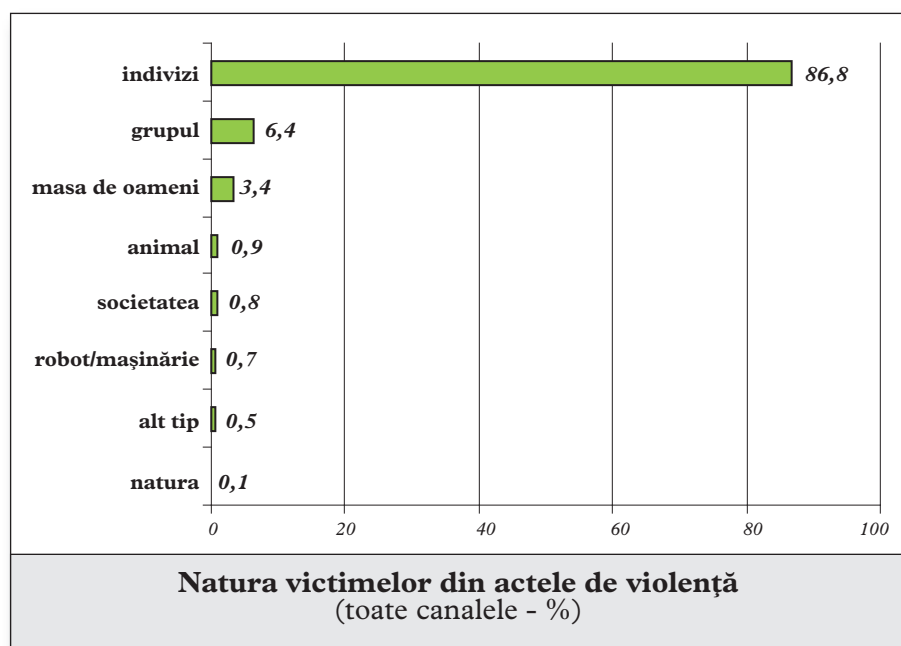




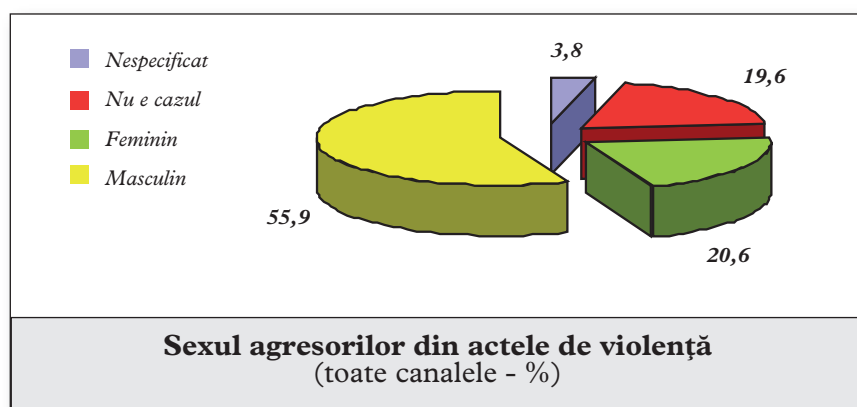
Două treimi dintre victime sunt persoane individuale și nu grupuri. Comparativ cu situația agresorilor (16% dintre agresori acționau în grup), crește numărul actelor de violență care au mai multe victime – aproximativ o cincime dintre actele de violență au mai mult de o victimă. Este o tendință îngrijorătoare, aceea de a avea un agresor care prejudiciază mai multe victime, deoarece se induce ideea **eficienței** actului de violență, cel puțin din perspectiva persoanelor asupra cărora acesta are consecințe.



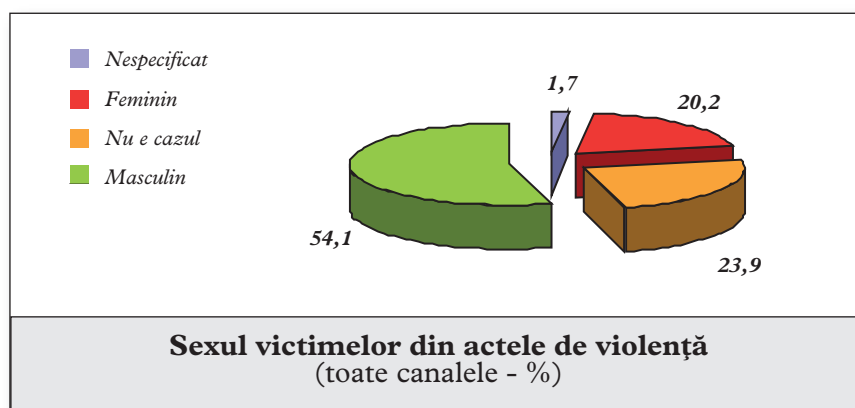
În majoritatea actelor de violență, agresorii și victimele sunt ființe umane. Sunt foarte rare cazurile în care violența este produsă de un animal, sau de o mașinărie/robot. Referitor la animale, atragem atenția că există de două ori mai multe animale în ipostaza de victime decât de agresori.



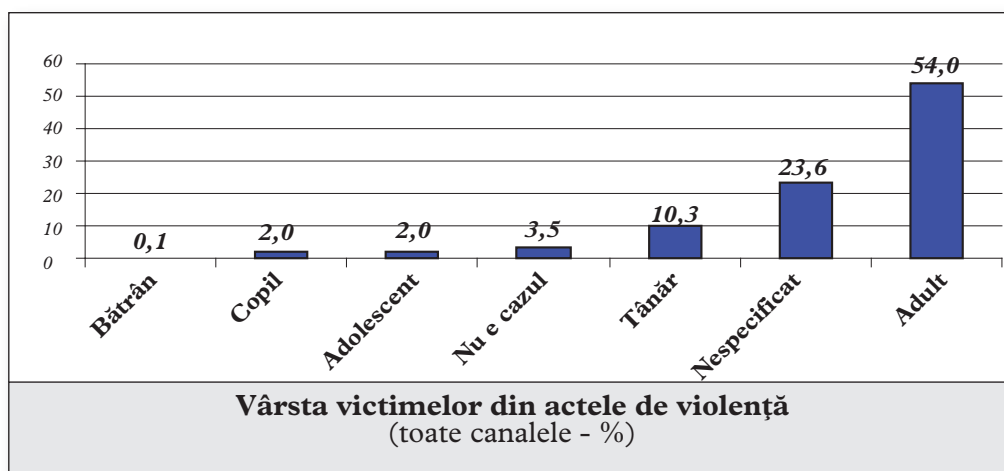
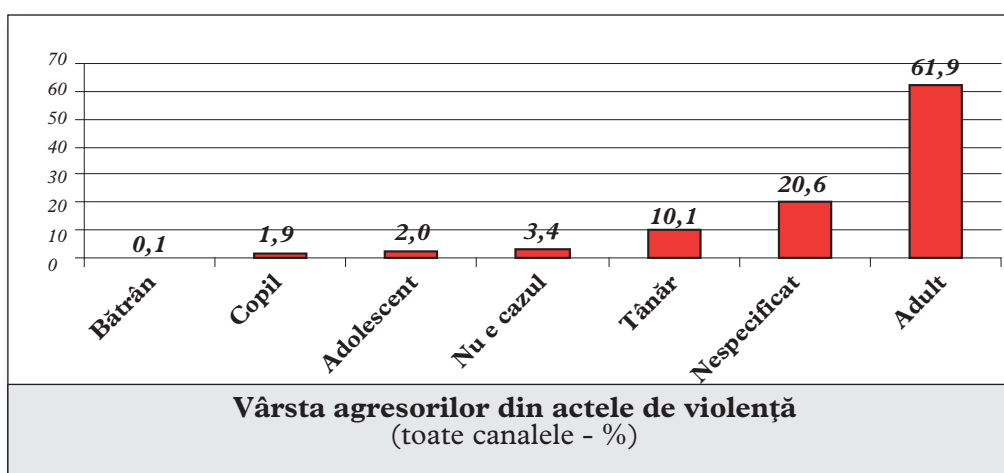
Distribuția actorilor violenței pe sexe a fost un indicator măsurat cu fidelitate. Am urmărit verificarea unei opinii existente la nivelul populației, conform căreia agresorii sunt mai degrabă bărbați, iar victimele sunt mai degrabă femei.



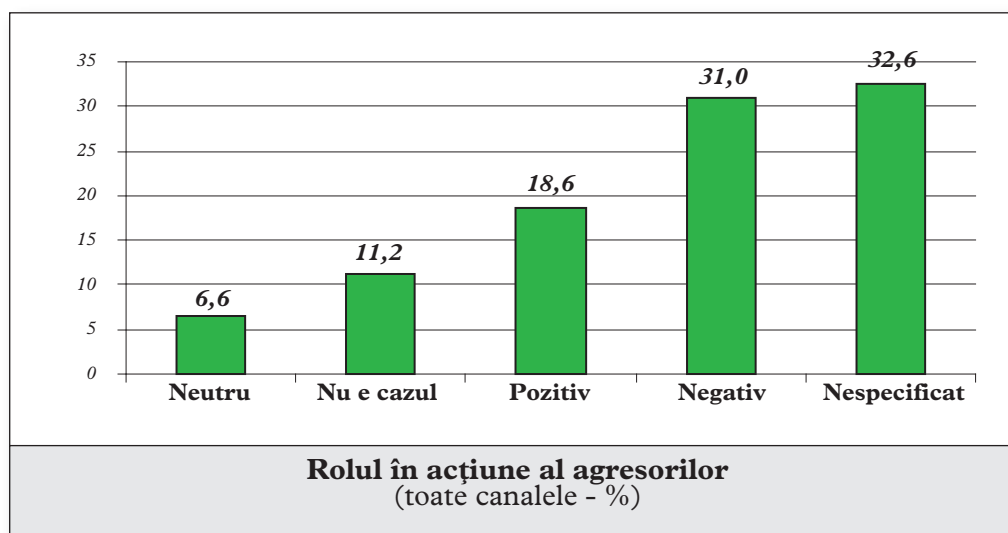
Datele au arătat că 56% dintre agresori sunt bărbați, iar 20% sunt femei. Procente foarte asemănătoare se întâlnesc și în cazul victimelor, ceea ce ne permite să afirmăm că femeile și bărbații sunt în egală măsură victime și agresori.



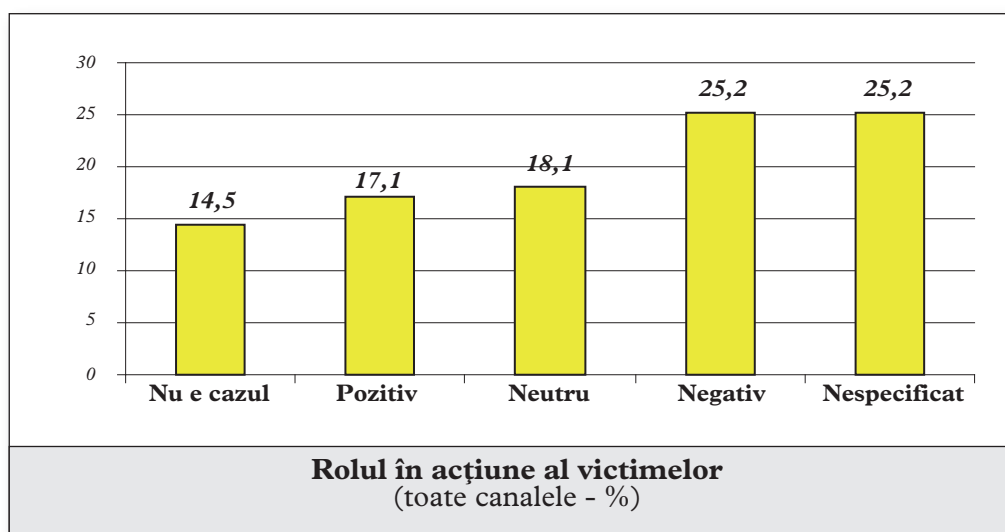
Din punctul de vedere al vârstei, cea mai mare parte a agresorilor este adultă: 62%. O valoare mai mică, dar tot majoritară (54%) s-a înregistrat și pentru victime. Am dorit să verificăm dacă bătrânii și copiii (categorii mai vulnerabile, ținând cont de posibilitatea mult redusă de apărare) sunt mai expuși riscului de a fi victime ale violenței. Procentele aproape identice de bătrâni și copii care au fost înfățișați în rolurile de victime și de agresori nu ne permit să tragem o astfel de concluzie, a expunerii lor mai mari la actele de violență.

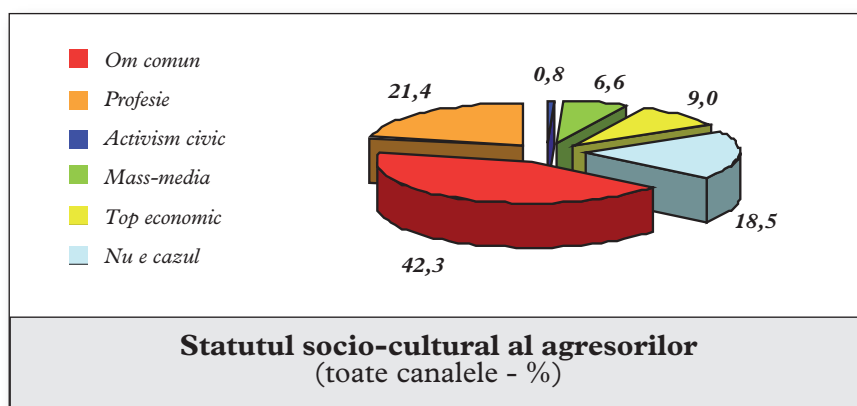


Am precizat mai sus că pot exista diferențe de impact al violenței în funcție de rolul în acțiune al agresorilor și victimelor: dacă violența ar fi comisă de un personaj pozitiv, valoarea sa simbolică (și implicit impactul) va fi mai mare decât în cazul în care violența ar fi comisă de un personaj negativ (acesta, prin definiție este negativ, deci un act de violență comis de către acesta nu ar ieși din logica personajelor).

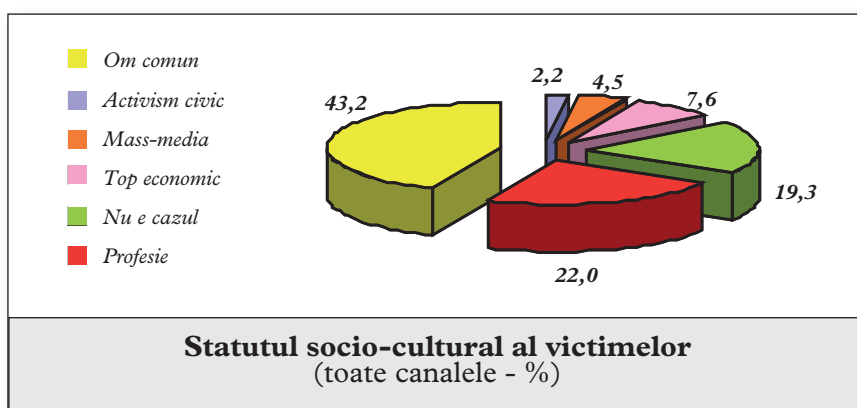


Aproape o treime dintre agresori sunt personaje negative, iar aproape 19% dintre agresori sunt personaje pozitive. În ceea ce privește victimele, un sfert dintre acestea au rol negativ, iar 17% dintre ele au rol pozitiv. Putem spune că există o tendință de a înfățișa agresorii ca personaje negative în mai mare măsură decât de a înfățișa victimele ca personaje pozitive, variațiile fiind reduse.

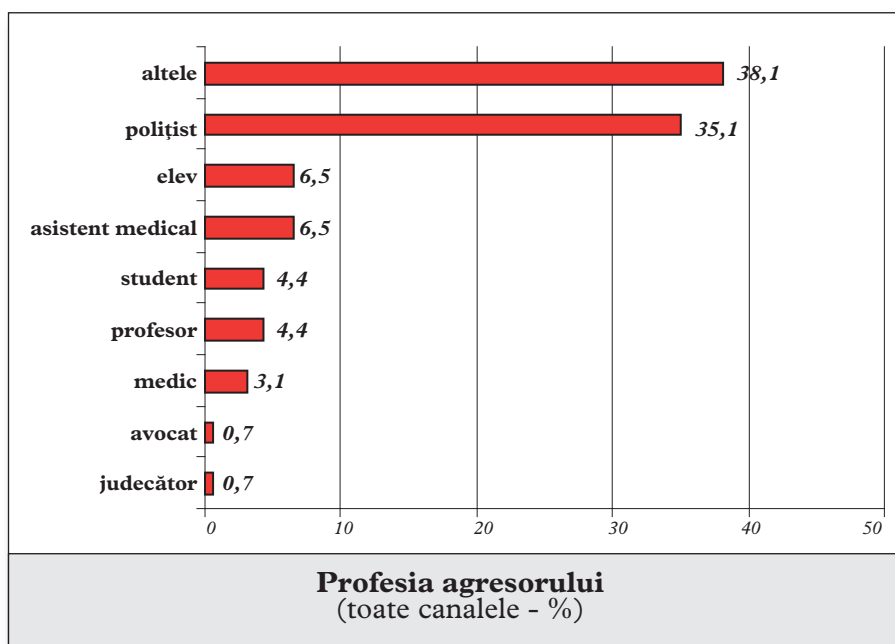




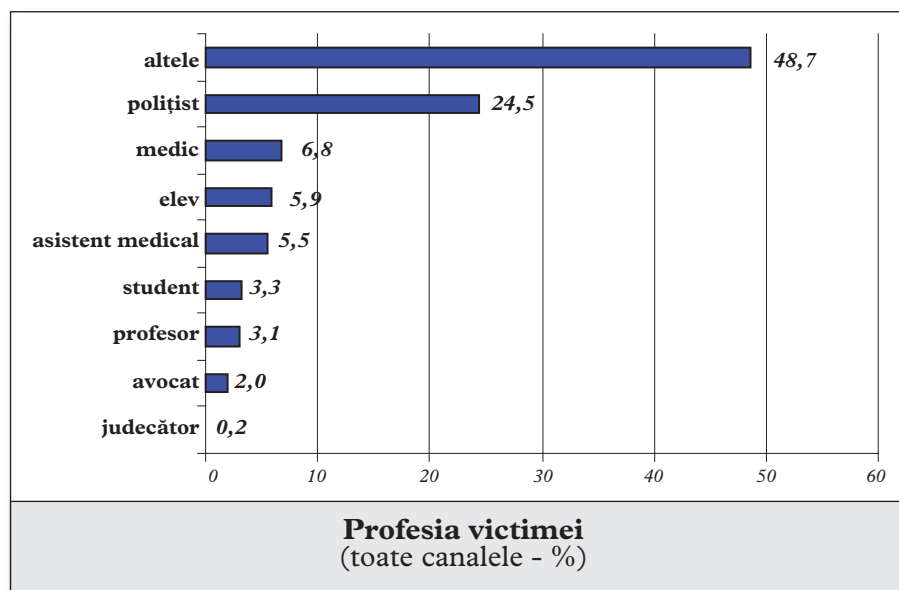
Am dorit sa verificăm dacă există un anumit statut socio-profesional al actorilor actelor de violență, de a vedea dacă o anumită categorie este portretizată în ipostaza de victimă sau de agresor. Valorile asemănătoare ale categoriilor luate în discuție, pentru agresor și pentru victimă, ne determină să afirmăm că, cel puțin la nivel de ansamblu, nu există o tendință observată a televiziunilor de a înfățișa o anumită categorie socio-profesională ca victimă sau ca agresor.



În cele două grafice anterioare se poate observa că 20% dintre actorii actelor de violență sunt definiți mediatic prin profesia lor. Am aprofundat analiza, pentru a vedea exact care sunt profesiile care, din punct de vedere mediatic, se „asociază” cu statutul de victimă sau de agresor.

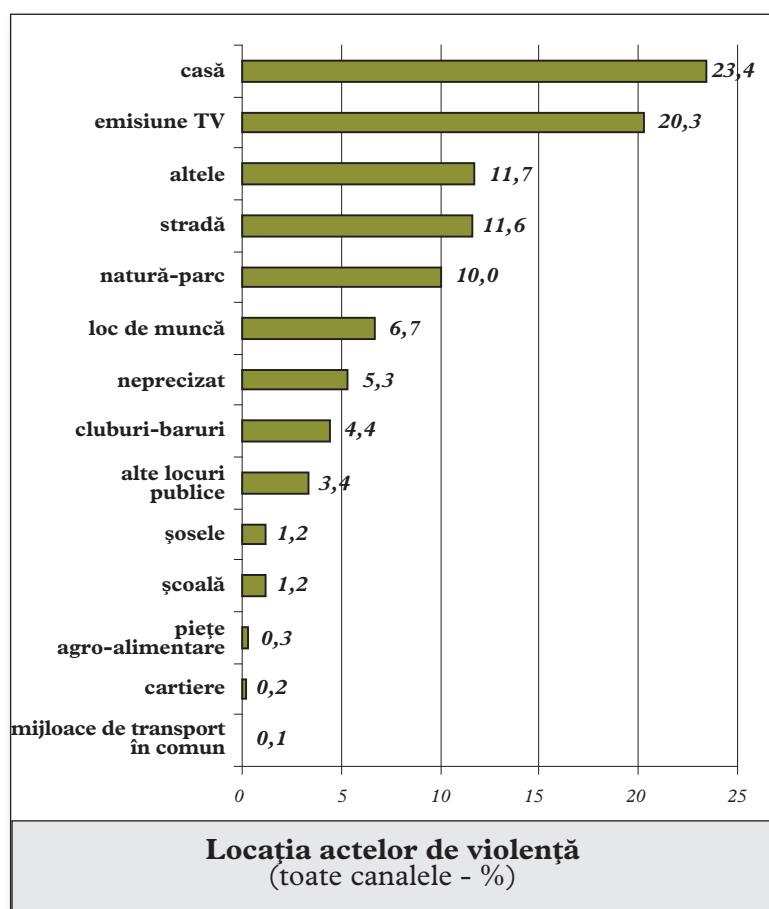


Meseria de polițist este duală, în sensul că presupune și existența fațetei de agresor (în peste o treime din cazurile în care agresorul este definit prin profesie, aceasta este cea de polițist), dar și cea de victimă (un sfert din victime au fost definite prin profesia de polițist). Aceleași considerații sunt valabile și pentru statutul de elev sau asistent medical. Medicul și avocatul sunt mai degrabă mediatizați ca fiind victime și nu agresori. Tendința inversă s-a observat în cazul profesiei de profesor, la care au existat mai multe cazuri de profesori-agresori decât profesori-victime.



## 2.5. Contextualizarea actelor de violență

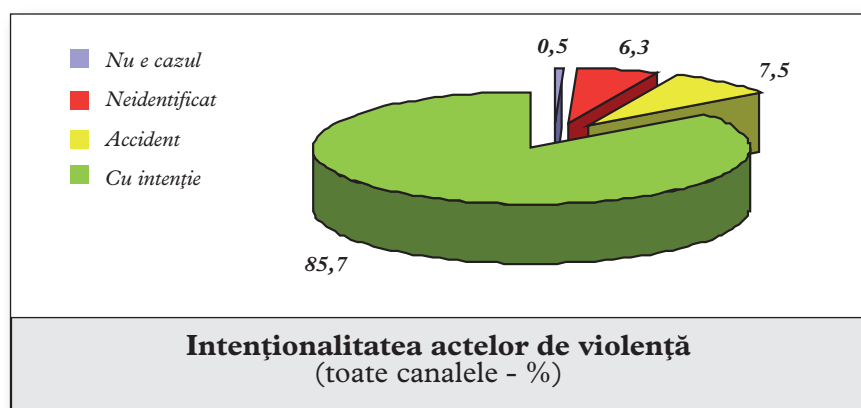
În această parte a analizei am dorit să nuanțăm rezultatele, prin luarea în calcul a unor elemente care pot justifica, sau dimpotrivă, pot agrava violența.



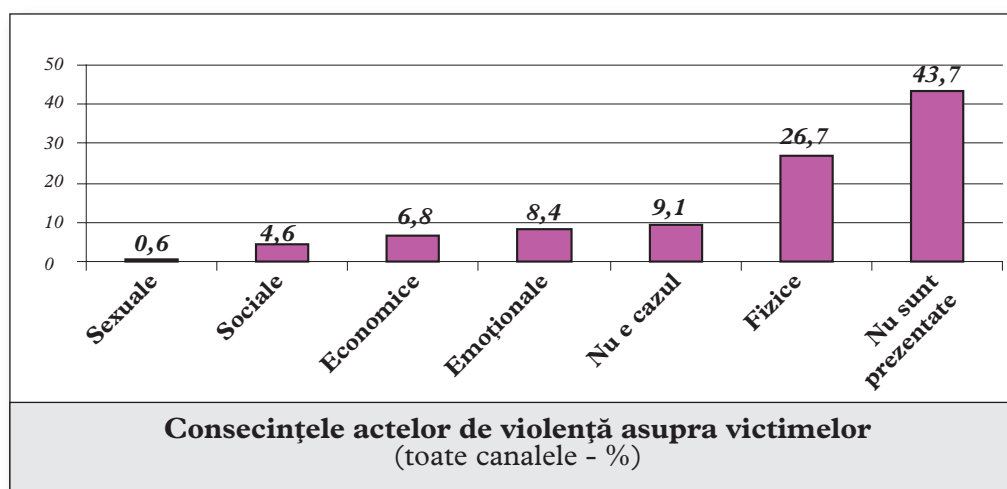
Locul de desfășurare a violenței este, în aproximativ un sfert dintre actele de violență, casa. O pondere ridicată a obținut-o „platoul emisiunii TV” ca locație a violenței, fapt explicabil ținând cont că o mare parte a actelor de violență au fost de tip verbal, petrecute în cadrul emisiunilor de dezbateri.

Indiferent de tipul de violență, aceasta este prezentă pe micul ecran ca desfășurându-se preponderent în spații comune (în 60% din durată totală a știrilor violente) și nu private, precum școală, stradă, club, parc etc. Violența este, la nivel mediatic, o caracteristică a vieții publice, a traiului în comun, a societății în ansamblu.

Violența în spațiul privat este receptată mai intens de telespectatori, beneficiind de apropierea emoțională cu propria persoană/situație. În momentul în care aproape un sfert din actele violente au loc mediatic în familie/gospodărie, poate apare un sentiment de angoasă la nivelul telespectatorilor respectivelor știri, cu efecte pe termen mediu și lung. Spațiul comun care este asociat cel mai des cu actele violente este strada. Ideea „străzii ca loc al violenței” este sugerată de **ProTV** (știrile de la 17.00 și de la 19.00), putând contribui la formarea opiniei că cetățenii nu mai sunt în siguranță când se află pe stradă.

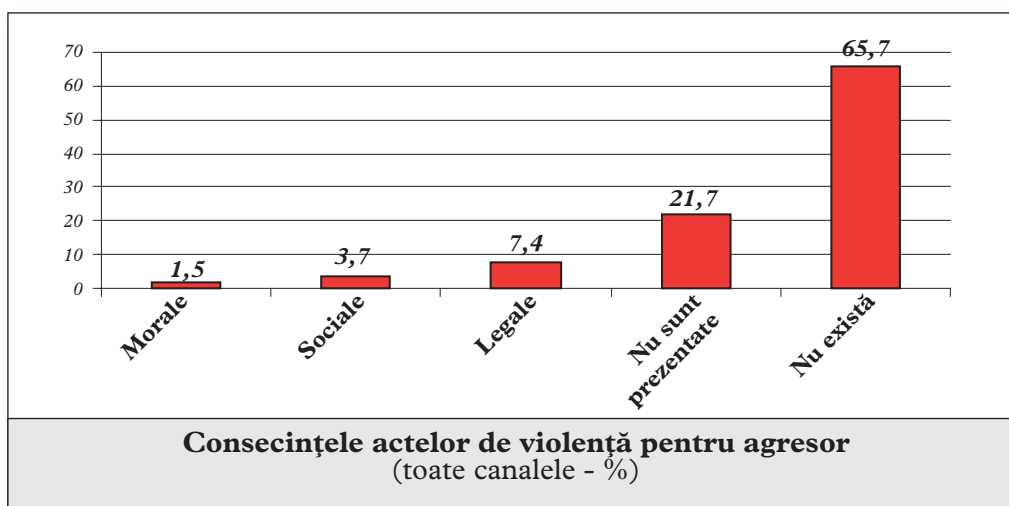


Se poate justifica prezența violenței prin faptul că aceasta este accidentală, de tipul accidentelor naturale sau al catastrofelor. Graficul de mai sus arată că nu acesta este motivul cantității ridicate de violență din programele analizate, deoarece peste 85% dintre actele de violență au fost intenționate, doar 7,5% dintre ele putând „beneficia” de justificarea accidentalului.

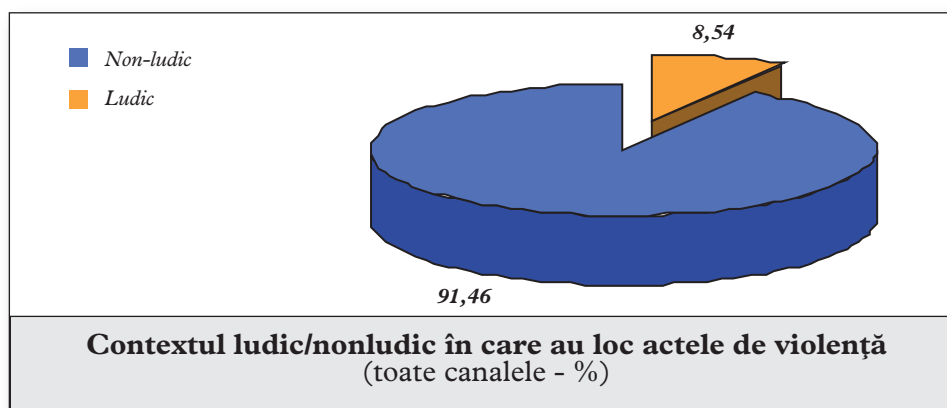


Faptul că în aproape 44% din actele de violență mediatizate nu sunt prezentate consecințele actelor de violență pentru victimă poate conduce la formarea opiniei în rândul telespectatorilor tineri și foarte tineri că violența nu are urmări asupra victimelor ei.





Acest indicator este „în oglindă” cu cel precedent, „consecințele violenței asupra victimei”. Lipsa prezentării consecințelor asupra agresorului are aceeași interpretare pentru tineri telespectatori ca și în situația precedentă, cu o intensitate mărită însă, dată de cele 66 de procente de acte de violență în această situație.



O altă posibilă justificare pentru violență, alături de prezentarea ei accidentală, ar fi prezentarea ei ca „joc”. Măsurând acest indicator am obținut că majoritatea covârșitoare a actelor de violență sunt prezentate în modul de semnificare al seriosului și gravului, nu al ludicului. Violența prezintă însă moduri de semnificare variabile. Oricum, dacă semnificarea ludică a violenței o face mai acceptabilă social, modul seriosului și gravului accentuează periculozitatea socială a violenței, conținând fie și implicit o funcție de avertizare / condamnare.

Pentru cercetarea de față, scenarizările ludice ale violenței (ca joc amuzant sau joc periculos) reprezintă unul din modurile cele mai insidioase de “materializare” a violenței.

